

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA “ROLLING
BACK 50’s” UBICADA EN EL MUNICIPIO DEL SOCORRO**

MARÍA ALEJANDRA RODRÍGUEZ VARGAS

**UNIVERSIDAD LIBRE DE COLOMBIA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SOCORRO
2020**

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA “ROLLING BACK
50’S” UBICADA EN EL MUNICIPIO DEL SOCORRO**

MARÍA ALEJANDRA RODRÍGUEZ VARGAS

**TRABAJO DE GRADO PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OPTAR AL
TÍTULO DE
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS**

DIRECTORES:

HENLY MYLENE FLÓREZ VILLAMIZAR
HENLY.FLOREZ@UNILIBRE.EDU.CO

ALFONSO ENRIQUE GUALDRON LÓPEZ
ALFONSO.GUALDRON@UNILIBRE.EDU.CO

**UNIVERSIDAD LIBRE DE COLOMBIA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SOCORRO
2020**

Nota de aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

DEDICATORIA

“Dedico este proyecto de grado a Dios, mis padres y docentes quienes me han apoyado en cada etapa de mi carrera y en el desarrollo de este proyecto, por su paciencia y confianza para culminar esta etapa de mi vida”

“GRACIAS”

Alejandra Rodríguez Vargas

AGRADECIMIENTOS

Este proyecto de grado es uno de los grandes logros propuestos para culminar mi carrera profesional, por tal razón agradezco en primer lugar a Dios por darme la oportunidad de terminar este proyecto el cual es el resultado de un trabajo de dedicación y esfuerzo.

A mis padres por su apoyo incondicional en cada etapa de mi carrera, por su paciencia y compañía en cada uno de mis proyectos.

Agradezco a mis directores de proyecto, por su dedicación y apoyo en el transcurso de este proyecto.

Por ultimo agradezco a la Universidad Libre seccional Socorro por su apoyo a lo largo de mi carrera, por brindarme una formación integral, los recursos y conocimientos necesarios para ser una gran profesional.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	14
1. PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PUESTA EN MARCHA DEL NEGOCIO ROLLING BACK 50`S EN EL MUNICIPIO DEL SOCORRO SANTANDER	15
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	16
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	16
1.4 OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN	17
1.5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	17
1.6 PANORAMA DEL SECTOR DE NEGOCIO	17
2. MARCO REFERENCIAL DE LA INVESTIGACIÓN	20
2.1 MARCO TEÓRICO	20
2.2 MARCO CONCEPTUAL	22
3. DISEÑO METODOLÓGICO	25
3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	25
3.2 ESTUDIO DE MERCADOS	25
3.3 ESTUDIO TÉCNICO.....	25
3.4 ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	25
3.5 ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL.....	25
4. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	26
4.1 INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	26
4.2 POBLACIÓN Y MUESTRA	26
4.3 DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN	27
4.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	27
4.5 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	27
4.6 DELIMITACIÓN ESPACIAL Y TEMPORAL	28
4.7 HIPÓTESIS	28
4.8 VARIABLES.....	28
4.9 ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA.....	29
4.10 El valor	30
4.11 Promoción del negocio	32

4.12	ANÁLISIS SEGÚN LAS FUERZAS DE PORTER	34
4.13	RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS	36
4.14	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADOS	50
5.	ESTUDIO TÉCNICO	52
5.1	COSTOS DEL PRODUCTO	52
5.2	PROVEEDORES	55
5.3	DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN EN EL LOCAL	55
5.4	LOCALIZACIÓN ÓPTIMA	56
5.5	INGENIERÍA DEL PROYECTO	56
5.6	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO TÉCNICO	56
6.	ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	57
6.1	INVERSIONES	57
6.2	EQUIPO DE PRODUCCIÓN.....	65
	Es la maquinaria requerida para la elaboración de los productos a base de café, helado y frutas.....	65
6.3	OTROS MATERIALES E INSUMOS.....	65
	Son aquellos elementos necesarios para la presentación y venta de los productos a base de café, helado y frutas.	65
6.4	MUEBLES Y ENSERES. Son los muebles y elementos necesarios para el funcionamiento de la empresa “Rolling Back 50’s”.....	65
6.5	EQUIPO DE OFICINA. Son todos los equipos que se requieren para el buen funcionamiento del área administrativa de la empresa “Rolling Back 50’s”.	66
6.6	DEPRECIACIONES. Es el método por el cual se conoce el desgaste que sufre la maquinaria y los equipos por el uso que se requiere para la elaboración de los productos a base de café, helado y frutas.....	66
6.7	DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS DEL PRODUCTO	66
6.8	FUENTES DE FINANCIACIÓN.....	67
6.9	PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS	67
6.10	PUNTO DE EQUILIBRIO	69
6.11	FLUJO DE CAJA PROYECTADO	69
6.12	BALANCE APERTURA.....	70
6.13	VPN.....	70
6.14	TIR.....	71

6.15	TIRm.....	72
6.16	CAUE	72
6.17	RB/C.....	72
6.18	RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	73
6.19	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	73
7.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL	75
7.1	FORMA DE CONSTITUCIÓN.....	75
7.2	MARCO LEGAL Y NORMATIVOS.....	75
7.3	ORGANIZACIÓN DEL RECURSO HUMANO	78
7.4	DESCRIPCIÓN DE LOS CARGOS.....	78
7.5	ASIGNACIÓN SALARIAL	79
7.6	CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA E IMPACTOS	79
7.7	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL.....	81
	CONCLUSIONES	81
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	83
	ANEXOS	85

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1 Pirámide poblacional del Socorro	26
Tabla 2 Tamaño de la muestra	27
Tabla 3 Preguntas y variables de investigación	28
Tabla 4 Variables	28
Tabla 5 Precios, ventajas y desventajas de la competencia	29
Tabla 6 Frecuencia 1-5	36
Tabla 7 Opciones de precios	37
Tabla 8 Frecuencias pregunta 2	37
Tabla 9 Opciones de respuesta pregunta 4	44
Tabla 10 Opciones de respuesta pregunta 5	45
Tabla 11 Opciones pregunta 6	46
Tabla 12 Opciones pregunta 12	49
Tabla 13 Opciones pregunta 13	50
Tabla 14 Gastos de personal	52
Tabla 15 Muebles y enseres	52
Tabla 16 Maquinaria requerida	53
Tabla 17 Otros materiales e insumos	53
Tabla 18 Materia prima mensual	54
Tabla 19 Costos indirectos de fabricación	54
Tabla 20 Proveedores	55
Tabla 21 Presupuesto de producción	57
Tabla 22 Costo de la Materia Prima directa mensual	57
Tabla 23 Proyección del costo de la materia prima anual	58
Tabla 24 Presupuesto compra de materia prima	58
Tabla 25 Proyección del costo de la Mano de Obra directa mensual y anual	59
Tabla 26 Costos indirectos de fabricación mensual.	59
Tabla 27 Proyección de costos indirectos de fabricación anual	59
Tabla 28 Costo de elaboración de una malteada	60
Tabla 29 Costo de elaboración de un Frappe	60
Tabla 30 Costo de elaboración de una copa de helado	61
Tabla 31 Costo de elaboración de un cappuccino	61
Tabla 32 Costo de elaboración de un mocaccino	62
Tabla 33 Costo de elaboración de un postre	62
Tabla 34 Costo de elaboración de un sándwich	63
Tabla 35 Costo de elaboración de un mix de frutas	63
Tabla 36 Gastos de administración	64
Tabla 37 Proyección anual de Gastos de administración.	64
Tabla 38 Equipo de producción	65
Tabla 39 Materiales e insumos	65

Tabla 40 Muebles y enseres	65
Tabla 41 Equipo de oficina.	66
Tabla 42 Resumen de inversión fija.	66
Tabla 43 Depreciaciones	66
Tabla 44 Margen de utilidad de cada producto	67
Tabla 45 Proyección de ventas.....	68
Tabla 46 Resumen de ingresos anuales.....	68
Tabla 47 Presupuesto de egresos.....	68
Tabla 48 Resumen de egresos.....	68
Tabla 49 Margen de contribución ponderado	69
Tabla 50 Punto de equilibrio	69
Tabla 51 Flujo de caja proyectado.....	70
Tabla 52 Balance inicial	70
Tabla 53 Flujo de caja proyectado.....	71
Tabla 54 Descripción del cargo de Administrador	78
Tabla 55 Descripción del cargo de Jefe de cocina	79
Tabla 56 Descripción del cargo de Auxiliar de cocina.....	79
Tabla 57 Asignación salarial	79

LISTA DE FIGURA

Figura 1. Heladería Mimo's	18
Figura 2 Heladería Crepes & Waffles.....	18
Figura 3 Heladería Popsy.....	19
Figura 4 Modelo de restaurante años 50's	31
Figura 5 Ambientación años 50's	31
Figura 6 Modelos de Menú	31
Figura 7 Modelos copas	32
Figura 8 Modelo zona infantil	32
Figura 9 Poster 2X1	33
Figura 10 Poster Promocional	33
Figura 11 Poster promocional 2	34
Figura 12 Diagrama de las 5 Fuerzas de Porter	34
Figura 13. ¿Con que frecuencia consume helado en el mes?	36
Figura 14. ¿Con frecuencia consume productos a base de café (Frappes, cappuccino, Mocaccino, etc.)?	36
Figura 15 Precio Copas de helado con frutas, galleta, Brownie, entre otros.....	38
Figura 16 Frecuencia Copas de helado con frutas, galleta, Brownie, entre otros.	38
Figura 17 Precio de Malteada, Frappes, smoothies, batidos, té helado.....	39
Figura 18 Frecuencia de Malteada, Frappes, smoothies, batidos, té helado	39
Figura 19 Precio Cappuccino, café moka, café latte, macchiato.	40
Figura 20 Frecuencia Cappuccino, café moka, café latte, macchiato.	40
Figura 21 Precio Mix de frutas	41
Figura 22 Frecuencia Mix de frutas	41
Figura 23 Precio Sándwich	42
Figura 24 Frecuencia Sandwich	42
Figura 25 Precio Postres y postres con helado	43
Figura 26 Frecuencia Postres y postres con helado	43
Figura 27 ¿Escoja entre los siguientes cuál es la combinación que más le gusta?	44
Figura 28 ¿Qué producto le gustaría que se vendiera en este negocio?	45
Figura 29 ¿Qué aspectos de calidad considera importantes a la hora de consumir estos productos?	45
Figura 30 . ¿Qué tanto le gustaría que se ofrecieran productos con STEVIA? (De 1 a 5, siendo que 1-Le gustaría poco y 5-Le gustaría mucho).....	46
Figura 31 ¿Está de acuerdo con que el negocio cuente con una red Wifi gratis? (De 1 a 5, siendo que 1-En desacuerdo y 5-De acuerdo)	47
Figura 32 ¿Qué tanto le gustaría que el negocio tenga una temática de los años 50's? (De 1 a 5, siendo que 1-Le gustaría poco y 5-Le gustaría mucho)	47
Figura 33 ¿Qué tanto le gustaría que el negocio cuente con una zona de atracciones para l@s niñ@s?	48
Figura 34 ¿Qué probabilidad hay en que asista a este negocio? (De 1 a 5, siendo que 1-Baja probabilidad y 5-Alta probabilidad)	48
Figura 35 . ¿En qué horario asistirá al negocio?	49

Figura 36 ¿Qué días asistirá al negocio? (Pregunta de opción multiple)	50
Figura 37 Diseño de la planta	55
Figura 38 Estructura organizacional	78

LISTA DE ANEXOS

Anexo A. Encuesta aplicada

Anexo B. Proceso de elaboración

Anexo C. Esquema de Ordenamiento territorial del Socorro Santander

INTRODUCCIÓN

En la actualidad frecuentar establecimientos de comidas se ha vuelto una de las principales actividades de las personas, ya sea para degustar las diferentes combinaciones que se ofrecen, disfrutar del lugar y su ambientación o compartir momentos con familiares o amigos, además de la creciente preocupación por consumir productos saludables como las frutas y bebidas ricas en vitaminas y antioxidantes, según un artículo publicado por la revista dinero en el año 2018 por lo menos el 42% de los colombianos consume productos fuera de casa, entre meriendas, almuerzos o cenas; por este motivo se ve la necesidad de crear un negocio que supla las necesidades de los consumidores socórranos y demás visitantes.

Este negocio brindará una experiencia diferente a los clientes, ya que cuenta con una temática en su ambientación y presentación de sus productos de los años 50's, además de una zona de recreación para los niños, lo que brinda mayor comodidad para ellos y sus acompañantes, siendo estos los elementos diferenciadores del proyecto.

Esta investigación estudia la viabilidad del proyecto, población y características etnográficas de la misma, el crecimiento poblacional, el estudio técnico, de mercado, la competencia, y en resumen, toda la información recopilada ya que son factores fundamentales para analizar y llevar a cabo el plan de negocios. La normatividad que se debe cumplir, la identificación del desarrollo de los procesos, técnicas de producción y organización, procedimientos aplicados tanto a la teoría como a la práctica de la formulación y evaluación de proyectos que definirán la realización del mismo.

Al realizar la creación de una empresa legalmente constituida con proyección competitiva y perdurable en el tiempo, se generará un aporte al crecimiento y desarrollo de la región, por lo tanto, como estudiante de Administración de Empresas se tomó la decisión de incursionar como empresaria y realizar un plan de negocio en el sector de heladería y cafetería aprovechando la dinámica de mercado en este tipo de bien de consumo.

1. PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PUESTA EN MARCHA DEL NEGOCIO ROLLING BACK 50'S EN EL MUNICIPIO DEL SOCORRO SANTANDER

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La dinámica del sector gastronómico y de restaurantes ha alcanzado un crecimiento considerable durante la última década, una tendencia que llevó a los colombianos a pasar de consumir 7,9 billones de pesos en alimentos fuera del hogar en el 2000, a más de 22,55 billones de pesos durante el último año. (El colombiano, 2012).

Debido a la creciente tendencia social al consumismo se ve la necesidad de crear una empresa dedicada a la preparación y venta de alimentos a base de café, helado y frutas; con el fin principal de crear un sitio agradable para compartir en familia ya que la ciudad del Socorro no cuenta con un sitio con las características de esta idea de negocio.

La situación actual está caracterizada por la preferencia de migrar a otras ciudades en busca de este tipo de establecimientos, al no encontrar innovación y comodidad en el municipio; pero es posible mitigar estos efectos teniendo la capacidad administrativa para generar una oportunidad de negocio innovador que modifique las tendencias, ofrecer productos que suplan la necesidad de los consumidores y brindar una opción diferente en el sector y finalmente ofrecer un espacio confortable para compartir.

En uno de los municipios aledaños como es San Gil, si existen establecimientos que brindan estos servicios y por lo tanto esto genera una desventaja comercial y económica al Municipio de Socorro.

El crecimiento poblacional del 2.5% en los últimos 4 años (DANE), demanda la creación de establecimientos diferentes con productos y servicios innovadores y que ofrezcan productos nuevos y exquisitos al paladar, acompañado de un excelente servicio en la atención tanto para los habitantes del municipio como para los visitantes, con un espacio especial para los niños con juegos infantiles permitiendo disfrutar de un espacio familiar y brindar una experiencia diferente a los habitantes, es por esto que se decide crear un plan de negocios que permita conocer y estudiar los diferentes aspectos que se requieren para crear la empresa.

Un plan de negocios es el documento donde se describe el tipo de empresa que se va a crear y todo lo relacionado con ella, como los objetivos, estrategias, inversión, rentabilidad, entre otros. Es importante realizarlo para tener una proyección de cómo va a ser el negocio y si va a ser rentable o no.

Debido a la alta demanda y poca oferta de este tipo de negocio, se ha decidido hacer un plan de negocio para crear una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de productos a base de helado, frutas, entre otros; con el fin de satisfacer la necesidad de la población socorrana y brindarles una experiencia diferente y confortable; este establecimiento estará ubicado en la calle 14 # 12-45, este local será remodelado y ajustado a las necesidades físicas del negocio.

Siendo la comida el negocio más rentable, se espera una utilidad aproximada del 40% por producto, este dato se aproxima a la utilidad que tiene la competencia, analizando algunos lugares semejantes y comparando el precio de costo de sus productos con el precio de venta, se pudo sacar un porcentaje aproximado a la utilidad que obtienen, con este porcentaje de utilidad se asegura un producto de excelente calidad y un buen servicio; este negocio tendrá una inversión de \$5'500.000 (Cinco millones quinientos mil pesos) que se recuperará en menos de dos años, la depreciación de los implementos es baja y estos tienen una vida útil de 8 a 10 años.

La atención al consumidor es un punto importante para este negocio, se brindará un servicio agradable y de confianza para los clientes, de esta manera atraer más clientes y conservar los que ya han ingresado al negocio.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Mediante un plan de negocios identificar la viabilidad y factibilidad que tendrá la creación de una empresa que prepara y vende productos a base de café, helado y frutas, teniendo en cuenta el mercado local y sus alrededores?

1.3 JUSTIFICACIÓN

La creación de la empresa “Rolling Back 50’s” surge de la necesidad de consumir un helado, un postre, un café o una bebida saludable y refrescante en un lugar cómodo, que brinde una experiencia diferente visual y gustativa; se ofrecen aproximadamente 12 copas con combinaciones que varían entre frutas, galletas, dulces, entre otros; para lograr un producto diferente y agradable al paladar, y por su calidad, presentación y precio se diferencien de los productos tradicionales que se encuentran en el mercado, además de la temática y la zona de recreación infantil que brinda ese valor agregado a la empresa.

En el Socorro existen 3 heladerías o cafés que venden algunos de los productos que se venderán en “Rolling Back 50’s”; pero también existen algunos establecimientos como droguerías, papelerías, tiendas, supermercados, panaderías, internet que venden helados en cono o de paquete de la marca Crem

Helado, se aproxima que 38 establecimientos venden estos productos, este dato se pudo identificar por lo que aparece en el dato de la alcaldía.

Esta idea se convierte aún más ambiciosa al combinar diseño, imagen y atención personalizada en un ambiente acogedor, en el cual tomar un café o deleitarse con una deliciosa copa de helado se transforma en una experiencia única y placentera. ¿La implantación de esta empresa es un gran avance para el municipio del Socorro y sus alrededores? Si puesto que en un mismo lugar pueden encontrar comodidad y excelente servicio. A su vez, son pocos los lugares en los que toda la familia puede asistir a pasar un rato agradable y más aún cuando la atención de los niños es especializada y ellos pueden divertirse.

Siendo las frutas y los jugos naturales un alimento saludable para el cuerpo humano, se ve la necesidad de producir y comercializar estos productos, contribuyendo al bienestar de la población socorrana.

1.4 OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN

Desarrollar el plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la preparación y venta de alimentos a base de café, helados y frutas en la población del Socorro, con una temática de los años 50's y una zona de recreación para los niños.

1.5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ Realizar el estudio de mercados, para identificar la cantidad de productos que serán adquiridos por la población socorrana, la frecuencia con la que asistirán al negocio e identificar la competencia.
- ❖ Desarrollar el estudio técnico para responder las siguientes cuestiones: ¿Dónde se ubicará la empresa?, ¿Dónde se ubicaran las máquinas y muebles?, ¿Dónde se comprará la materia prima?, ¿Qué capital será invertido?
- ❖ Establecer la inversión que demandan el proyecto, los ingresos y egresos que generará y la manera como se financiará.
- ❖ Realizar el estudio administrativo y legal para tener una empresa organizada, que cumpla con toda la normatividad legal, y que cuente con un equipo de trabajo idóneo para cumplir las metas de la organización.

1.6 PANORAMA DEL SECTOR DE NEGOCIO

Existen diversos tipos de heladerías, las cuales ofrecen distintos tipos de copas con combinaciones exquisitas al paladar. Estas son algunas de las empresas exitosas que hacen parte de la inspiración para la creación de este negocio.

Figura 1. Heladería Mimos



Fuente. www.heladosmimos.com

Helados Mimos¹ nació en Medellín en 1972, con la misión de ofrecerle al consumidor la oportunidad de disfrutar una deliciosa variedad de helados que consienten el paladar. Desde sus inicios Helados Mimos fue cimentada en la innovación y la calidad, tanto de sus productos como del servicio y atención al cliente. Con más 141 puntos de venta a nivel nacional y 3 en el exterior, Mimos actualmente es la cadena de heladerías más importante y reconocida en el país.

Figura 2 Heladería Crepes & Waffles



Fuente. www.crepesywaffles.com.co

En 1980, dos estudiantes de la Universidad Javeriana, abren en Bogotá (Colombia) el primer punto de venta en la Carrera 11 con calle 85, una pequeña crepería estilo rústico francés, con su barra en madera y un ambiente joven e informal.

¹MIMOS, Página web de heladería mimos. [Citado 17- Enero-2019] Disponible en internet: www.heladosmimos.com

Tres años más tarde, Crepes & Waffles ² abre un nuevo local en el Centro Internacional el cual se convirtió en el lugar de los ejecutivos, la barra en madera y la cartelera de especialidades del comienzo se transformaron en mesas individuales con carta y atención especializadas.

Simultáneamente en el transcurso de este desarrollo, la empresa ha venido proyectándose a escala nacional e internacional, abriendo sus puertas en Cartagena, Cali, Medellín, Barranquilla, Pereira, Bucaramanga, Santa Marta y Cúcuta (Colombia), Quito (Ecuador), Panamá (Panamá), Caracas (Venezuela), Ciudad de México (México), Madrid (España), Sao Paulo (Brasil) y Lima (Perú).

Figura 3 Heladería Popsy



Fuente. www.heladospopsy.com

Con más de 30 años en el mercado, POPSY³ es reconocida a nivel nacional como una marca de helados de tradición y gran variedad. En el 2006 se embarca en el gran reto de cambiar su imagen de tal manera que refleje los valores de la compañía: experiencia, conocimiento y diversión para así llegarle a un público cada vez más exigente.

² CREPES & WAFLES, Página web de heladería crepes & waffles. [Citado 17- Enero-2019] Disponible en internet: www.crepesywaffles.com.co

³ HELADOS POPSYP, Página web de heladería popsy. [Citado 17- Enero-2019] Disponible en internet: www.heladospopsy.com

2. MARCO REFERENCIAL DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 MARCO TEÓRICO

El objetivo principal de un marco teórico es guiar la investigación y tener una base para lograr que esta solucione el problema de investigación.

Las teorías escogidas ayudan a mejorar el proyecto y el resultado final de este, brindando un mejor servicio y un aportando a un mejoramiento continuo de la calidad de los productos y del servicio.

2.1.1 Teoría de la planificación para la calidad⁴. En esta teoría el autor Joseph Juran⁵, se basa en la administración de la calidad que consiste en planear, controlar y mejorar la calidad, la calidad se puede generar en una serie de pasos llamado “mapa de planeación de la calidad” en el que se trabajan los siguientes aspectos:

1. Identificación de los clientes
2. Determinar las necesidades de los clientes
3. Traducir las necesidades a nuestro lenguaje
4. Desarrollar productos con características que respondan en forma óptima a las necesidades de los clientes
5. Desarrollar un proceso que sea capaz de producir las características del producto
6. Transferir el proceso a la operación

Tomando como referencia la teoría de este autor, se tendrán en cuenta las anteriores características a la hora del diseño del instrumento para determinar la demanda y tipo de servicio, ya que para el buen funcionamiento de una empresa y su éxito, es necesario brindar un servicio y productos de alta calidad, con esto asegurar que los clientes regresen al negocio y hablen bien del mismo; es importante conocer las necesidades que tiene la población para poder llegar a ese mercado y satisfacerlas; también es importante tener en cuenta las falencias que podamos llegar a tener con respecto a esta calidad y estar en proceso de mejora continua, para ofrecer un mejor servicio cada día.

Para determinar las necesidades de los clientes será necesario un estudio, con el fin de identificarlas y poder suplirlas.

⁴ Calidad y Servicio, Martha Quiñones- Luz Ángela Aldana, 2006, Bogotá, ECOE Ediciones

2.1.2 Ser competitivo- Michael e. Porter⁶. La competencia es una de las fuerzas más poderosas en la sociedad, que permite avanzar en muchos ámbitos del esfuerzo humano. Hoy en día esto es más verdad que nunca, ya que, en las últimas décadas, la competencia se ha intensificado de forma espectacular en casi todos los campos, desde los países y la cultura, hasta la educación y la atención sanitaria.

En la actualidad, organizaciones de todo tipo se ven obligadas a competir para aportar valor, entendido este último como la capacidad de satisfacer o rebasar las necesidades de los clientes de manera eficaz. Las empresas deben ofrecer valor a sus clientes, y los países tienen que ofrecer valor como emplazamientos de negocios.

Porter habla ser competitivo de una manera globalizada, y del estudio que se debe hacer a la competencia para crear las estrategias a realizar para ser mejores que ellos; en el municipio del Socorro no existe un negocio con las características de “Rolling Back 50’s”, ya que los negocios que brindan el servicio de heladería se aferran a lo tradicional, este sería un negocio diferente el cuál no tendría una competencia directa pero esto no quiere decir que no tenga un crecimiento y mejora en sus servicios.

Para que la empresa “Rolling Back 50’s” sea competitiva será necesario crear una estrategia competitiva, que estará enfocada en dos aspectos:

1. El precio, será un precio justo y bajo para el producto que se está ofreciendo, teniendo en cuenta la calidad de este.
2. La diferenciación del producto, serán productos atractivos a los consumidores, tanto en la parte visual como en la parte de gustativa. Teniendo cambios en el producto de acuerdo a las fechas especiales como navidad, día de la madre, Halloween, entre otros.

2.1.3 Teoría de emprendimiento de Schumpeter⁷. Para Schumpeter el emprendedor es el fundador de una nueva empresa, un innovador que rompe con la forma tradicional de hacer las cosas, con las rutinas establecidas.

Debe ser una persona con dotes de liderazgo, y con un talento especial para identificar el mejor modo de actuar. El emprendedor tiene la habilidad de ver las cosas como nadie más las ve. Los emprendedores no son managers (al estilo de Marshall) ni inversores, son un tipo especial de personas.

⁶ Ser competitivo, Michael E. Porter, 2009, Ediciones Deusto

⁷ Schumpeter, J. A. (1934). The theory of economic development. Cambridge: Harvard University Press.

En el capítulo segundo de su Theory of Economic Development, Schumpeter identifica tres clases de elementos que afectan al comportamiento emprendedor. El primero y más común es el relacionado con la introducción de un nuevo bien, un nuevo proceso de producción, la apertura de un nuevo mercado, el hecho de descubrir una nueva fuente de materias primas o reorganizar una industria de un modo nuevo. El segundo tiene que ver con tres formas diferentes de motivación empresarial: el deseo de fundar una nueva dinastía o reino privado; el deseo de ganar, combatir y conquistar; y el disfrute y la satisfacción de la creación y la resolución de problemas. Por último, el tercer grupo tiene que ver con los factores que inhiben la actividad emprendedora: la dificultad que plantea planear y entender una nueva actividad, dado que es desconocida; la inercia instalada en la propiamente del hombre de negocios; y por último, la tendencia humana a rechazar cualquier conducta que se desvíe de lo acostumbrado, incluso si es para mejorar el modo de hacer las cosas.

Para mitigar un poco los obstáculos que se puedan crear al iniciar la empresa “Rolling Back 50’s”, se desarrollará el plan de negocios más adecuado, y un estudio a los consumidores frecuentes de estos productos y los posibles clientes de esta empresa.

A pesar de que los socórranos ya han consumido algunos de estos productos, puede que para algunos no sea tan fácil adaptarse a un nuevo negocio, para mitigar este efecto se brindara una experiencia única, donde cada persona que entre al negocio adquiera una buena atención y se sienta cómoda.

2.2 MARCO CONCEPTUAL

2.2.1 Plan de negocio⁸: Es un documento en donde se describe y explica un negocio que se va a realizar, así como diferentes aspectos relacionados con éste, tales como sus objetivos, las estrategias que se van a utilizar para alcanzar dichos objetivos, el proceso productivo, la inversión requerida y la rentabilidad esperada.

2.2.2 Rolling back 50’s: De vuelta a los 50’s.

2.2.3 Competitividad⁹: La competitividad es la capacidad que tiene una empresa de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores.

2.2.4 Marketing:¹⁰ Actividades que aceleran el movimiento de bienes y servicios desde el fabricante hasta el consumidor, y que incluye todo lo relacionado con publicidad, distribución, técnicas de mercado, planificación del producto,

⁸ <http://www.crecenegocios.com/que-es-un-plan-de-negocios-y-cual-es-su-utilidad/>

⁹ Competitividad (Zonaeconomica.com - zonaeconomica.com - Julio Del 2008) -

<http://www.zonaeconomica.com/definicion/competitividad>

¹⁰ Editorial, Oceano Grupo. (1999). *Diccionario de Administración y Finanzas*. España:Oceano/Centrum.

promoción, investigación y desarrollo, ventas, transportes y almacenamiento de bienes y servicios.

2.2.5 Calidad¹¹: Es un conjunto de características o propiedades inherentes, que tiene un producto o servicio las cuales satisfacen las necesidades del cliente, las mismas que se ven reflejadas en una sensación de bienestar de complacencia.

Es importante que estas características estén estandarizadas y perduren siempre cuando se compra una y otra vez, así también se debe de tener en cuenta que tenga un costo óptimo.

2.2.6 Estrategia¹²: Conjunto de líneas maestras para la toma de decisiones que tienen influencia en la eficacia a largo plazo de una organización.

2.2.7 Investigación analítica¹³: Forma de investigación de marketing que estudia los hábitos de compra de los consumidores.

2.2.8 Investigación de mercado¹⁴: Parte de la investigación de comercialización que estudia el modelo de mercado, mide el alcance y naturaleza del mismo e identifica sus características. La investigación de mercado precede a la comercialización.

2.2.9 Objetivo de investigación¹⁵: Los objetivos de investigación se formulan para concretar y especificar tareas a realizar por el investigador.

2.2.10 Hipótesis de investigación¹⁶: Las hipótesis son suposiciones o predicciones que se hacen sobre los resultados de nuestra tesis. Se consideran guías que nos permiten orientar el trabajo a la consecución de un objetivo o conclusión determinada.

2.2.11 Coste¹⁷: Precio pagado o solicitado para la adquisición de bienes o servicios. Precio o gasto de elaboración de un producto.

2.2.12 Punto de equilibrio¹⁸: Determina cuál es el nivel de ventas preciso para poder cubrir el total de los costes de la empresa, puesto que predice el punto de ventas anuales que se debe conseguir para no tener pérdidas y comenzar a disfrutar de beneficios.

¹¹ <http://centrocastelmonte.com/la-calidad-de-un-producto-o-servicio.html>

¹² Editorial, Oceano Grupo. (1999). *Diccionario de Administración y Finanzas*. España:Oceano/Centrum.

¹³ Editorial, Oceano Grupo. (1999). *Diccionario de Administración y Finanzas*. España:Oceano/Centrum.

¹⁴ Editorial, Oceano Grupo. (1999). *Diccionario de Administración y Finanzas*. España:Oceano/Centrum.

¹⁵ https://bib.us.es/educacion/sites/bib3.us.es/educacion/files/poat2016_2_3_2_objetivos_de_investigacion.pdf

¹⁶ NORMAS APA, Qué son las hipótesis de investigación. [Citado 8 - Febrero-2019] Disponible en internet:<http://normasapa.net/que-son-las-hipotesis-de-investigacion/>

¹⁷ Espasa. (1999). *Diccionario de Economía y Negocios*. España: Brosmac.

¹⁸ EMPRENDEPYME, ¿Qué es el punto de equilibrio? [Citado 8 - Febrero-2019] Disponible en internet: <https://www.emprendepyme.net/que-es-el-punto-de-equilibrio.html>

2.2.13 Cliente¹⁹: Es el actor principal de todo mercado. Según la connotación del proyecto se identifica como usuario, consumidor, beneficiario o cliente.

2.2.14 Consumo²⁰ : Representa la compra de bienes y/o servicios que efectivamente hace una población determinada para satisfacer sus necesidades.

¹⁹ Lozano, Rafael Mendez (2016). Formulación y Evaluación de proyectos- Enfoque para emprendedores. (9° Edición ed.). Bogotá D.C., Colombia: Quad/Graphics, pag. 471

²⁰ Lozano, Rafael Mendez (2016). Formulación y Evaluación de proyectos- Enfoque para emprendedores. (9° Edición ed.). Bogotá D.C., Colombia: Quad/Graphics, pag. 471

3. DISEÑO METODOLÓGICO

El diseño metodológico hace referencia a la metodología usada para desarrollar el presente trabajo, que determino la viabilidad de la creación de la empresa “Rolling Back 59” se inició por la investigación de mercados, que permitió identificar la demanda y aceptación que tendría el negocio.

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para llevar a cabo la investigación se tuvo en cuenta una investigación exploratoria la cual se utilizó para observar el comportamiento de la población y de la competencia; unas fuentes primarias y secundarias que se utilizaron con el propósito de recolectar la información necesaria, para esto se realizó una encuesta que fue aplicada a la población objetivo, la cantidad de las encuestas aplicadas dependió del tamaño de la muestra.

3.2 ESTUDIO DE MERCADOS

Se realizó el estudio de mercados, en el cuál se hizo el análisis de la oferta y la demanda del producto, se desarrollaron las preguntas e hipótesis, se identificó la población y el instrumento aplicado, y se obtuvieron los resultados del estudio de mercados.

3.3 ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico del proyecto contiene el análisis y determinación de la localización óptima del proyecto, el análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto, la descripción de la materia prima, muebles y maquinaria, la distribución y organización en planta

3.4 ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

El estudio económico y financiero del proyecto contiene el análisis de la oferta y la demanda, la determinación de los costos, el capital de trabajo y el retorno de la inversión

3.5 ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

El estudio administrativo y legal del proyecto contiene la constitución legal de la empresa, el marco legal de la empresa, la misión y visión, los objetivos, la estructura organizacional, la política de ventas y las funciones de los empleados

4. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Según la American Marketing Association (AMA) “Mercadeo es el proceso de planificar y llevar a cabo el diseño, la fijación de precios, la promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos individuales y organizacionales.

El marketing es la ejecución de las actividades de los negocios, que se origina en la investigación de las necesidades y deseos de los clientes seleccionados, la planeación y organización de la compañía que permita satisfacerlos hasta lograr las utilidades necesarias para su desarrollo.²¹

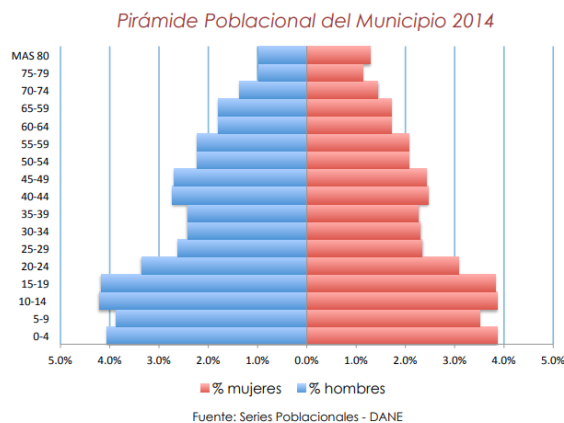
4.1 INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para el desarrollo de la investigación se acudió a dos instrumentos de recolección de información, los cuales fueron una encuesta realizada a los posibles clientes del negocio y una entrevista a la competencia con el fin de indagar sobre las ventas mensuales y la afluencia de público.

4.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

4.2.1 Población del socorro y número de encuestas a aplicar

Tabla 1 Pirámide poblacional del Socorro



De acuerdo a la fórmula de población finita, estas fueron aplicadas a población que se encontraba laborando en el momento de aplicar la encuesta o sus padres tengan ingresos para poder adquirir nuestros productos. El muestreo aplicado estuvo dirigido a los habitantes entre 15 a 64 años, con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%.

²¹ Lozano, Rafael Mendez (2016). Formulación y Evaluación de proyectos- Enfoque para emprendedores. (9ª Edición ed.). Bogotá D.C., Colombia: Quad/Graphics, pag. 471

Con base en la delimitación de la investigación, la población de la cual se tomó la muestra es la siguiente:

Tabla 2 Tamaño de la muestra

Población	25.125	
15-19 años	0,08	2010
20-40 años	20,88	524610
40-64 años	22,53	566066,3
TOTAL		1'092.686

Fuente: DANE

De la tabla anterior, se pudo establecer que la población tema de estudio, correspondiente a la población socorrana entre los 15 y 64 años fue de 1'092.686.

Tamaño de la muestra: La determinación de la muestra de la población, se realizó por medio de muestreo aleatorio simple estratificado, utilizando la fórmula de población finita.

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

N= Total de la población

Z= 1.96 que corresponde al área de distribución normal, asociado a un nivel de confianza del 95%

d= Precisión en la investigación 5%

p= proporción esperada 5%

q= 1-p (1-0.05=0.95)

$$n = \frac{1'092.686 * 1.96^2 * 0.05 * 0.95}{0.05^2 * (1'092.686 - 1) + 1.96^2 * 0.05 * 0.95}$$

$$n = 27$$

4.3 DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

4.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

¿Qué grado de aceptación tendrá la creación de una empresa dedicada a la preparación y venta de alimentos a base de café, helado y frutas, por parte de los socórranos?

4.5 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1. ¿Qué factibilidad tendrá la creación de una empresa que ofrezca productos a base de café, helado y fruta en la ciudad del Socorro?
2. ¿Qué productos tendrán mayor aceptación y frecuencia de consumo?
3. ¿Qué tipo de población asistirá con mayor frecuencia?

Tabla 3 Preguntas y variables de investigación

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	VARIABLES
1. ¿Es factible la creación de una empresa que ofrezca productos a base de café, helado y fruta en la ciudad del Socorro?	Porcentaje de factibilidad de la creación de la empresa
2. ¿Qué productos tienen mayor aceptación y frecuencia de consumo?	Número de productos que tienen mayor aceptación en los clientes. Frecuencia en número de veces al mes o número de veces al año
3. ¿Qué tipo de población asistirá con mayor frecuencia?	Frecuencia en número de veces al mes o número de veces al año que asistirá un tipo de población

Fuente. Autora del proyecto

4.6 DELIMITACIÓN ESPACIAL Y TEMPORAL

El estudio de Investigación de Mercados se llevó a cabo en la ciudad del Socorro, Santander; contando con la colaboración de estudiantes de la Universidad Libre seccional Socorro, y demás integrantes de la población socorrana.

4.7 HIPÓTESIS

1. La creación de una empresa que elabore productos a base de helado, frutas y café en el Socorro, tiene un alto porcentaje de aceptación ya que estos productos son de gran consumo en los habitantes y además son productos agradables y que proporcionan grandes beneficios al cuerpo humano.
2. Es necesario la creación de esta empresa que satisfaga las necesidades del mercado
3. El nivel de aceptación de esta empresa en la población socorrana es buena

4.8 VARIABLES

Tabla 4 Variables

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	VARIABLES	TIPO DE VARIABLE	CARACTERÍSTICAS DE LAS VARIABLES	HERRAMIENTAS ESTADÍSTICAS A UTILIZAR
1. ¿Es factible la creación de una empresa que ofrezca productos a base de café, helado y fruta en la ciudad del Socorro?	Porcentaje de factibilidad de la creación de la empresa	CUANTITATIVA	CONTINUA	GRAFICAS DE BARRAS, TABLAS DE DATOS
2. ¿Qué productos tienen mayor aceptación y frecuencia de consumo?	Número de productos que tienen mayor aceptación en los clientes. Frecuencia en número de veces al mes o número de veces al año	CUANTITATIVA	DISCRETA	GRAFICAS DE BARRAS, TABLAS DE DATOS
3. ¿Qué tipo de población asistirá con mayor frecuencia?	Frecuencia en número de veces al mes o número de veces al año que asistirá un tipo de población	CUANTITATIVA	DISCRETA	GRAFICAS DE BARRAS, TABLAS DE DATOS

Fuente. Autora del proyecto

4.9 ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA

4.9.1 Definición del mercado objetivo

La empresa Rolling Back 50's tiene como mercado objetivo todas las personas que viven en la ciudad del Socorro y visitantes, que tengan dentro de sus preferencias de consumo los productos que se ofrecen en este negocio, también todos aquellos que busquen un lugar que brinde una experiencia diferente, cómoda y llamativa para compartir en familia, amigos o compañeros de trabajo.

4.9.2 Análisis de la oferta

El análisis de la información respecto a la oferta de heladerías y cafeterías en la ciudad del socorro, se realizó mediante la observación en cuanto los negocios existentes, en el siguiente recuadro se muestran los diferentes negocios, los precios y productos manejados, ventajas y desventajas.

Tabla 5 Precios, ventajas y desventajas de la competencia

NOMBRE DEL NEGOCIO	DIRECCIÓN	CARACTERÍSTICAS		PRODUCTOS	PRECIO
		Ventajas	Desventajas		
Heladería Emmanuel	Parque Chiquinquirá	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación • Tiempo en el mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Atención al cliente • Presentación de los productos • Muebles incómodos para sentarse 	Copas de helado y frutas	\$4.500-\$8.500
				Frappes	\$5.000
Heladería Cami's Mimo's	Centro comercial Felipe plaza	<ul style="list-style-type: none"> • Local amplio • Variedad en copas de helado 	<ul style="list-style-type: none"> • Muebles y mesas incómodos • Ubicación 	Cappuccino	\$3.500
				Ensaladas de fruta	\$3.500-\$5.000
				Conos	\$2.000
				Canastas	\$4.000
				Copas de helado y frutas	\$5000-\$10.000
Obleas del amor	Parque Chiquinquirá parte baja Sede en el parque de la catedral	<ul style="list-style-type: none"> • Local amplio • Variedad en copas de helado 	<ul style="list-style-type: none"> • Muebles y mesas incómodos • Ubicación 	Frappes	\$5.000
				Ensaladas de fruta	\$5.000
				Conos	\$5.000-\$7.000
				Canastas	\$2.500-\$4.500
				Copas de helado	\$5.000-\$12.000
		<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación • Tiempo en el mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Atención al cliente • Publicidad engañosa en algunos productos 	Obleas	\$4.500-\$8.500
				Waffles	\$9.500
				Tornado	\$8.500
				Repollas	\$4.500-\$8.500

Fuente. Autora del proyecto

4.9.3 Situación actual de la competencia

Según la investigación realizada por la autora del proyecto, en el Socorro existen empresas que ofertan productos similares, el mercado es medianamente competitivo ya que las empresas que compiten en este negocio carecen de atención al cliente, asientos y mesas cómodas para los clientes y variedad en sus productos.

Se pudo inferir que la competencia en la ciudad del Socorro es alta en cuanto a ciertos productos que se tienen en común, pero con respecto a los productos principales notamos que en cuanto al valor agregado que puede ofrecer la empresa la competencia es mínima. Las empresas de este sector no cuentan en

su mayoría con un servicio al cliente óptimo y agradable, por lo que es un punto a favor para este proyecto.

Los locales comerciales que tienen congeladores de crem helado también se consideran oferentes de algunos de los productos comercializados por Rolling Back 50's, estos manejan un número reducido de clientes por lo cual no son una amenaza competitiva para este proyecto.

4.9.4 Análisis de la demanda

El consumo de un bien o servicio depende de múltiples factores, como el nivel de satisfacción que busca el individuo, su capacidad adquisitiva, el precio del bien y/o servicio, la oferta de productos similares, el costo de productos sustitutos y el estímulo de la publicidad utilizada, entre otros.²²

La demanda de esta empresa se ve afectada positiva o negativamente por dos factores, uno es el precio de los productos y otro los ingresos de los consumidores, si se mantiene un buen precio que sea competitivo con los otros negocios, pero asequible para los clientes entonces se tendrá un aumento en la demanda; respecto a los ingresos de los consumidores, a mayores ingresos mayor demanda y a menores ingresos menor demanda.

4.10 El valor

Es la diferencia entre lo que se paga por un bien o servicio y lo que se gana por adquirir este bien o servicio; puede ser positiva cuando se dice que el valor ha superado las expectativas respecto de lo esperado; o negativa, cuando se dice que hay insatisfacción o desilusión por la compra del bien o servicio.²³

Este proyecto tendrá como valor agregado, la ambientación de los años 50's, lo cual brindará una experiencia diferente a los consumidores, donde podrán conocer o recordar esta época tan llamativa, llena de colores y música; además de una zona de recreación para los niños, en la cual podrán divertirse sin restricciones de tiempo, siendo esto una atracción para que sus padres o acompañantes estén más tranquilos y cómodos.

En las siguientes ilustraciones se presentan algunos ejemplos de la ambientación del lugar, la presentación de los productos y la zona infantil.

²² Lozano, Rafael Mendez (2016). Formulación y Evaluación de proyectos- Enfoque para emprendedores. (9° Edición ed.). Bogotá D.C., Colombia: Quad/Graphics, pag. 471

²³ Jairo Murcia, F. D. (2009). *Proyectos, Formulación y criterios de evaluación*. (L. J. Buitrago, Ed.) Bogotá, Colombia: Alfaomega Colombiana S.A.

Figura 4 Modelo de restaurante años 50's



Fuente: <https://www.losttiempos.com/files/img/20170513/oh-losttiempostomys-2.jpg>

Figura 5 Ambientación años 50's



Fuente: <https://co.pinterest.com/pin/555631672753643920/>

Figura 6 Modelos de Menú



Fuente: <https://co.pinterest.com/pin/533184043371606103/>

Figura 7 Modelos copas



Fuente: Autora del proyecto

Figura 8 Modelo zona infantil



Fuente: <https://spanish.alibaba.com/product-detail/china-wholesale-price-soft-play-zone-indoor-kids-playground-60259246796.html>

4.11 Promoción del negocio

Actualmente el mercado se está promocionando por medio de las redes sociales, por este motivo estas serán el principal medio de dar a conocer el negocio y promocionar sus productos, se manejarán medios como Facebook, Instagram y WhatsApp; en estas aplicaciones se subirán fotos y videos del local y sus productos, así como posters con las promociones del mes, las cuales serán miércoles de 2x1 en productos seleccionados y obsequio en el día de cumpleaños, a lo largo del funcionamiento del negocio también se compartirán fotos de nuestros clientes.

Estas son algunas de las imágenes publicitarias que se usarán en las redes sociales.

Figura 9 Poster 2X1



Fuente: Autora del proyecto

Figura 10 Poster Promocional



Fuente: Autora del proyecto

Figura 11 Poster promocional 2



Fuente: Autora del proyecto

4.12 ANÁLISIS SEGÚN LAS FUERZAS DE PORTER

Figura 12 Diagrama de las 5 Fuerzas de Porter



Fuente: <https://www.5fuerzasdeporter.com/>

Las cinco fuerzas de Porter es uno de los modelos más famosos, que realiza un completo análisis de la empresa por medio de un estudio de la industria en este momento, con el fin de saber dónde está colocada una empresa con base en otra en ese momento.²⁴

²⁴ LAS 5 FUERZAS DE PORTER, Clave para el éxito de la empresa. [Citado 12-Febrero-2020] Disponible en internet: <https://www.5fuerzasdeporter.com/>

Las cinco fuerzas de Porter son:

☞ **Amenaza de entrada de nuevos competidores:** Ya que este tipo de negocios no requiere una inversión muy alta para su montaje y funcionamiento, la entrada de nuevos competidores es alta, por lo cual la empresa se enfocará en crear un vínculo con sus clientes de manera que se fidelicen con nosotros, también se enfocará en atraer nuevos clientes, innovando constantemente en los productos y sus presentaciones, para ser cada día más competitivos, y mantener precios que sean asequibles para los consumidores.

☞ **La rivalidad entre los competidores:** Para determinar el grado de rivalidad de los competidores es importante considerar los siguientes aspectos: El mercado, la diferenciación de los productos y las barreras de salida.

El mercado de estos productos se encuentra en crecimiento, por lo que las empresas buscan una mayor participación en este mercado y mantenerse en él; en cuanto a la diferenciación de nuestros productos, estos tendrán una presentación temática de los años 50's lo cual marcara la diferencia y será un producto atractivo para los consumidores, en cuanto a las barreras de salida los competidores no quieren salir del mercado por la inversión en maquinaria, publicidad, etc.

Se puede concluir que la rivalidad entre los competidores con respecto a este proyecto es mediana, debido al análisis realizado anteriormente.

☞ **Poder de negociación de los proveedores:** El número de proveedores de la materia prima requerida para esta empresa es alto por lo que se tienen varias opciones si se presenta algún faltante con el proveedor principal; algunas de las materias primas no tienen sustitutos, pero como ya se mencionó anteriormente los proveedores son muchos, por lo que el poder de negociación de los proveedores sería bajo.

☞ **Poder de negociación de los compradores:** Debido a que el número de clientes que asisten al negocio es alto, el poder de negociación es bajo, sin embargo la empresa mantendrá precios competitivos con el mercado, además de esto la estrategia de diferenciación es lo que logrará el posicionamiento del proyecto.

☞ **Amenaza de ingreso de productos sustitutos:** Los sustitutos de los productos ofrecidos en la empresa son pocos, por lo que no se vería afectada en gran parte; pero en caso que se vean afectados los ingresos de la empresa, se tendrá como base las seis barreras de entrada mencionadas por Porter, siempre intentado obtener materias primas económicas para brindar un producto a precio asequible pero con gran calidad y manteniendo la

diferenciación del negocio lo cual lo hace más atractivo para los consumidores.

4.13 RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

Los resultados de la investigación se tabularon mediante las hojas de cálculo de Excel y el programa Megastat, el cual permitió obtener los siguientes datos.

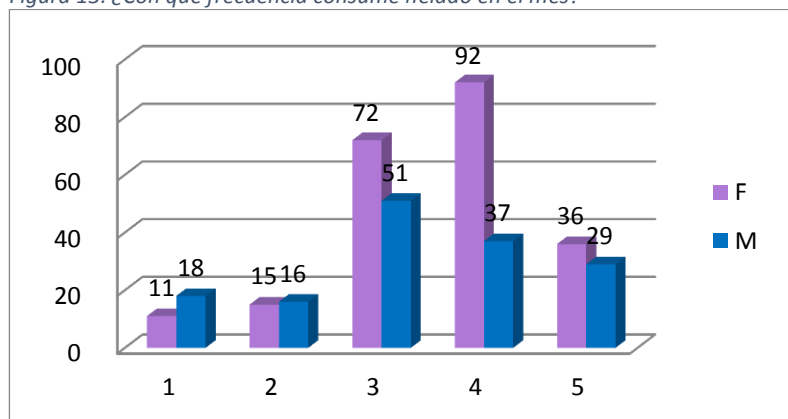
Para analizar las siguientes gráficas se debe tener en cuenta la siguiente tabla de frecuencia

Tabla 6 Frecuencia 1-5

1 -Minima frecuencia (1 a 4 veces al mes)	2 - (5-9 Veces al mes)
3 - (10-14 veces al mes)	4 - (15-19 Veces al mes)
5 - Alta frecuencia (20 o más días en el mes)	

Fuente. Autora del proyecto

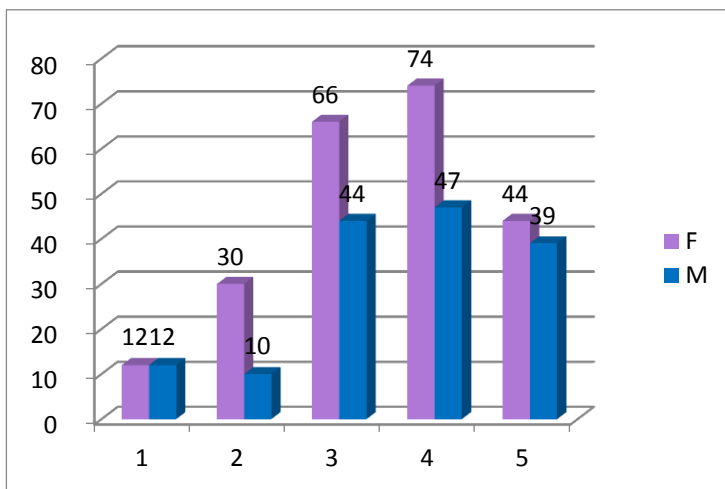
Figura 13. ¿Con que frecuencia consume helado en el mes?



Fuente: Autora del proyecto.

- ☞ En la tabla podemos observar que una cantidad baja que corresponde a 11 mujeres y 18 hombres tienen un consumo inferior o igual a 4 veces en el mes.
- ☞ La mayoría de las mujeres encuestadas que corresponde a un total de 92, consumen helado con frecuencia de 15 a 19 veces en el mes, esto indica que consumen más helado que los hombres. 36 de las mujeres encuestadas consumen helado con gran frecuencia.
- ☞ La mayoría de los hombres encuestados que corresponde a un total de 37 consumen helado con frecuencia de 15 a 19 veces en el mes. 29 de los hombres encuestados consumen helado con gran frecuencia.

Figura 14. ¿Con frecuencia consume productos a base de café (Frappes, cappuccino, Mocaccino, etc.)?



Fuente: Autora del proyecto.

- En la tabla podemos observar que una cantidad baja que corresponde a 12 mujeres y hombres tienen un consumo inferior o igual a 4 veces en el mes
- 74 de las mujeres encuestadas y 47 de los hombres encuestados, consumen productos a base de café con frecuencia de 15 a 19 veces en el mes
- 44 mujeres y 39 hombres encuestados consumen estos productos con gran frecuencia.

¿Con que frecuencia y cuánto estaría dispuesto a pagar por estos productos?

Para analizar las siguientes gráficas se debe tener en cuenta la siguiente tabla de frecuencia y precios

Tabla 7 Opciones de precios

a. Entre \$3.000 y \$4.500
b. Entre \$4.600 y \$6.000
c. De \$6.000 en adelante

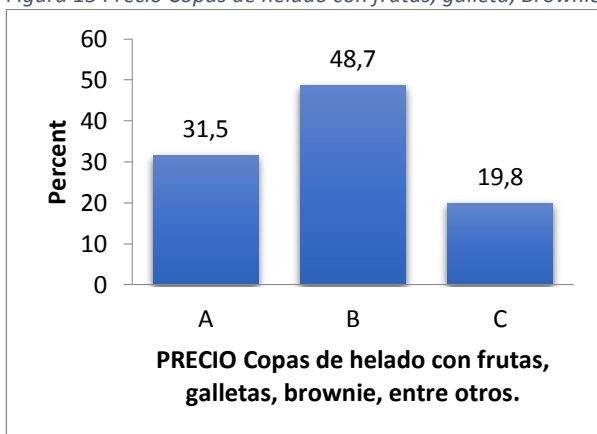
Fuente: Autora del proyecto.

Tabla 8 Frecuencias pregunta 2 .

1-Minima frecuencia (1 a 4 veces al mes)	2- (5-9 Veces al mes)
3- (10-14 veces al mes)	4- (15-19 Veces al mes)
5- Alta frecuencia (20 o más días en el mes)	

Fuente: Autora del proyecto.

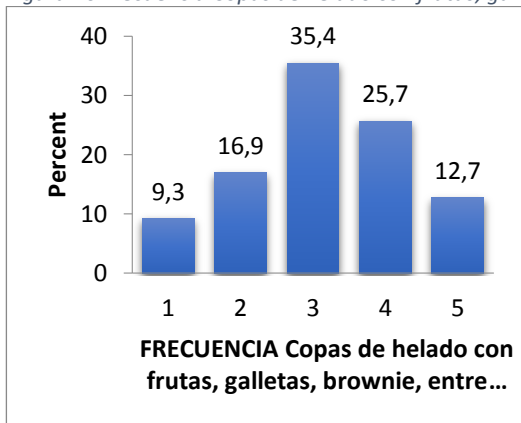
Figura 15 Precio Copas de helado con frutas, galleta, Brownie, entre otros.



Fuente: Autora del proyecto.

- La mayoría de los encuestados que corresponde al 48,7% estarían dispuestos a pagar entre \$4,600 y \$6,000 por una copa de helado, el 31.5% de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre \$3.000 y \$4.500 y el 19,8% de \$6.000 en adelante.

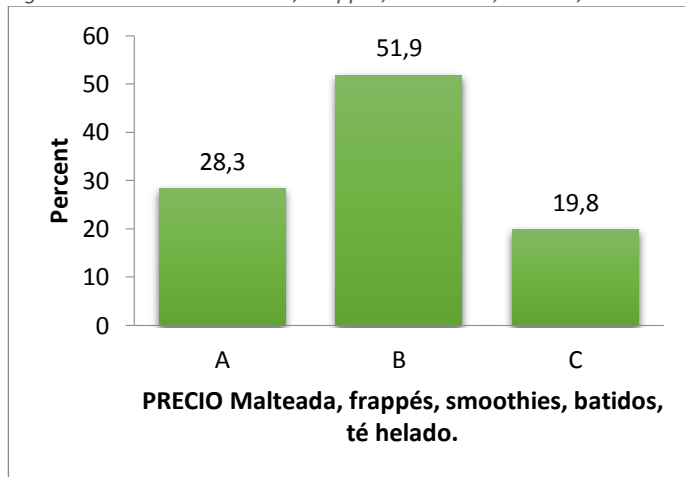
Figura 16 Frecuencia Copas de helado con frutas, galleta, Brownie, entre otros.



Fuente: Autora del proyecto.

- 35,4% de los encuestados consumirían con mediana frecuencia las copas de helado, 25,7% con frecuencia y 12,7% con mayor frecuencia.

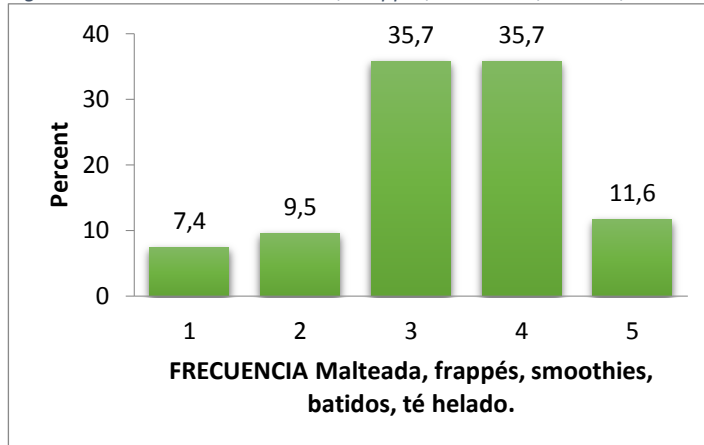
Figura 17 Precio de Malteada, Frappes, smoothies, batidos, té helado.



Fuente: Autora del proyecto.

- La mayoría de los encuestados que corresponde al 51,9%, estarían dispuestos a pagar entre \$4,600 y \$6,000 por estos productos, el 28,3% de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre \$3.000 y \$4.500 y el 19,8% restante de \$6.000 en adelante.

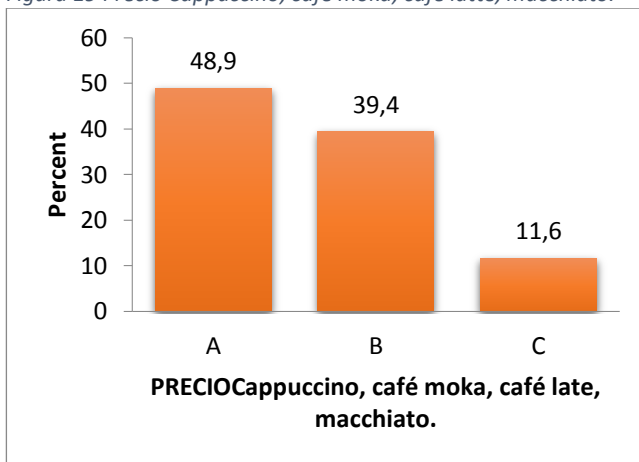
Figura 18 Frecuencia de Malteada, Frappes, smoothies, batidos, té helado



Fuente: Autora del proyecto.

- 35,7% de los encuestados consumirán medianamente estos productos, 35,7% con gran frecuencia y 11,6% con mayor frecuencia.

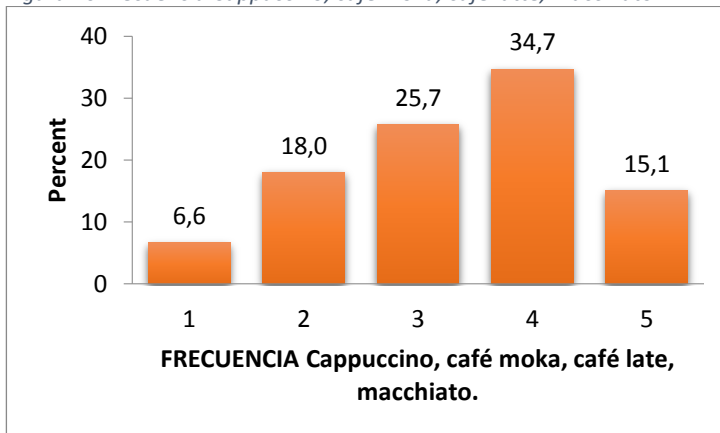
Figura 19 Precio Cappuccino, café moka, café latte, macchiato.



Fuente: Autora del proyecto.

- La mayoría de los encuestados que corresponde al 48,9% pagarían entre \$3000 y \$4,500 por estos productos, 39,4% entre \$4.600 y \$6.000 y el 11,6% restante pagaría de \$6.000 en adelante.

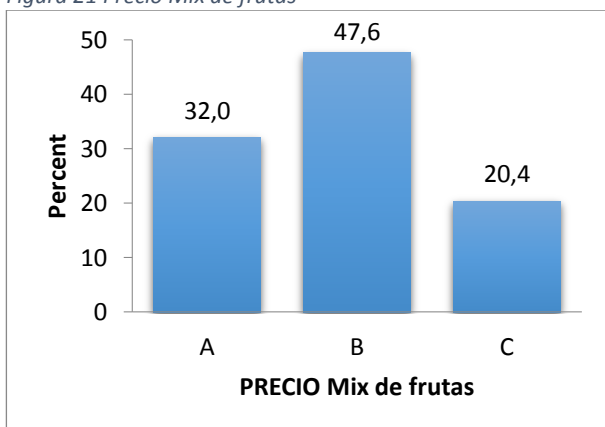
Figura 20 Frecuencia Cappuccino, café moka, café latte, macchiato.



Fuente: Autora del proyecto.

- 34,7% de los encuestados consumirán con gran frecuencia estos productos y 15,1% con mayor frecuencia.

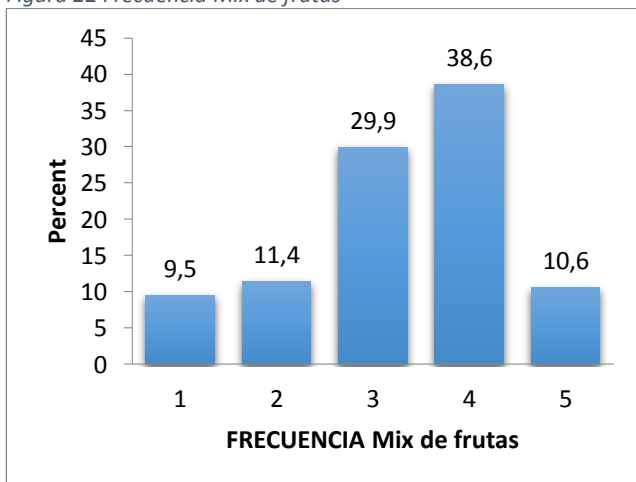
Figura 21 Precio Mix de frutas



Fuente: Autora del proyecto.

- ☞ La mayoría de los encuestados que corresponde al 47,6% pagarían entre \$4,600 y \$6,00 por un mix de frutas, el 32% pagaría entre \$3.000 y \$4.500 y el 20,4% restante pagaría de \$6.000 en adelante.

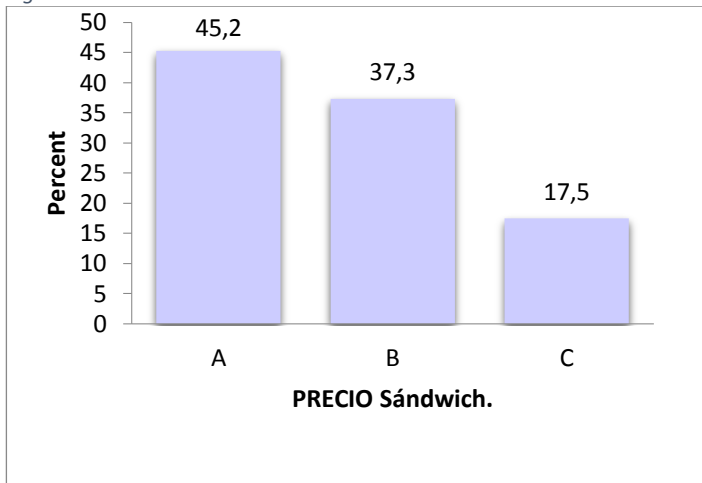
Figura 22 Frecuencia Mix de frutas



Fuente: Autora del proyecto.

- ☞ La mayoría de los encuestados, siendo 38,6% consumirían con gran frecuencia y 10,6% con mayor frecuencia

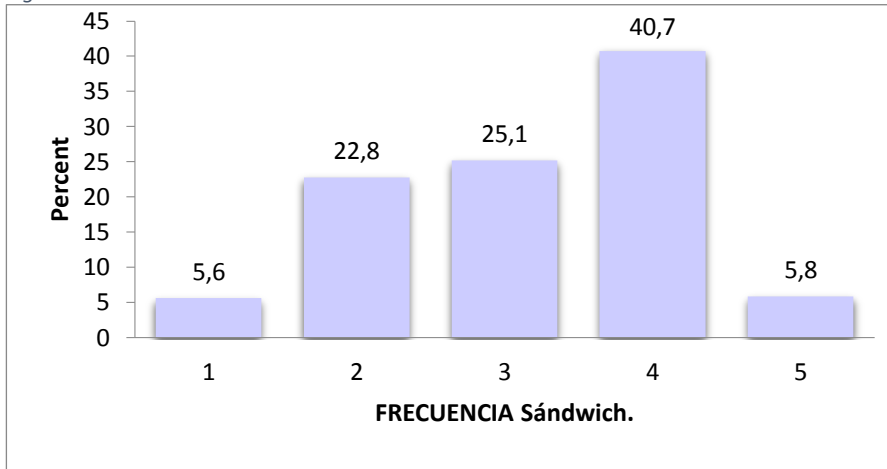
Figura 23 Precio Sándwich



Fuente: Autora del proyecto.

- El 45,2% de los encuestados pagarían entre \$3,000 y \$4,500 por este producto, 37,3% entre \$4,600 y \$6,000 y solo el 17,5% pagarían de \$6,000 en adelante.

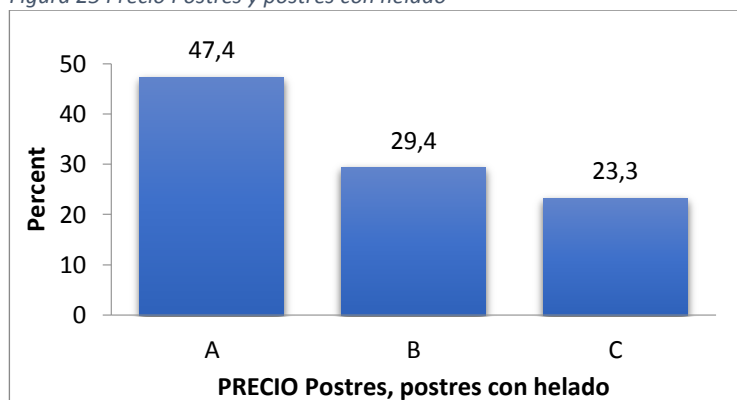
Figura 24 Frecuencia Sandwich



Fuente: Autora del proyecto.

- La mayoría de los encuestados, siendo el 40,7% consumirá con gran frecuencia este producto, y el 5.8% con alta frecuencia.

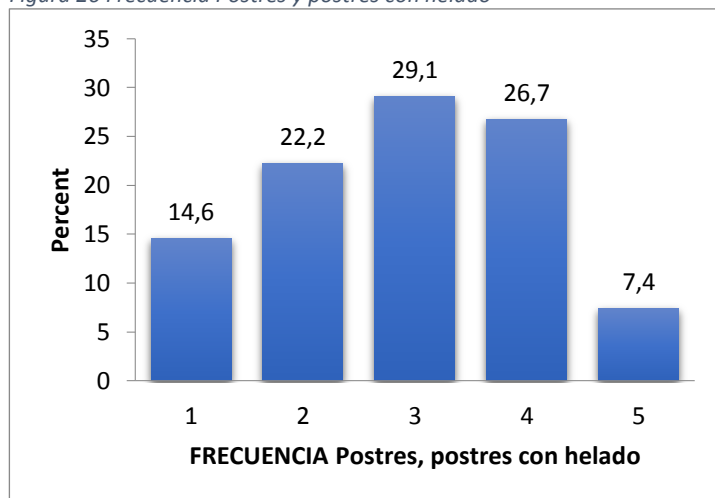
Figura 25 Precio Postres y postres con helado



Fuente: Autora del proyecto.

- ☞ El 47,4% de los encuestados estarían dispuestos a pagar entre \$3,000 y \$4,500 por estos productos, el 29,4% pagarían entre \$4,600 y \$6,000 y el 23,3% restante pagaría de \$6,000 en adelante.

Figura 26 Frecuencia Postres y postres con helado



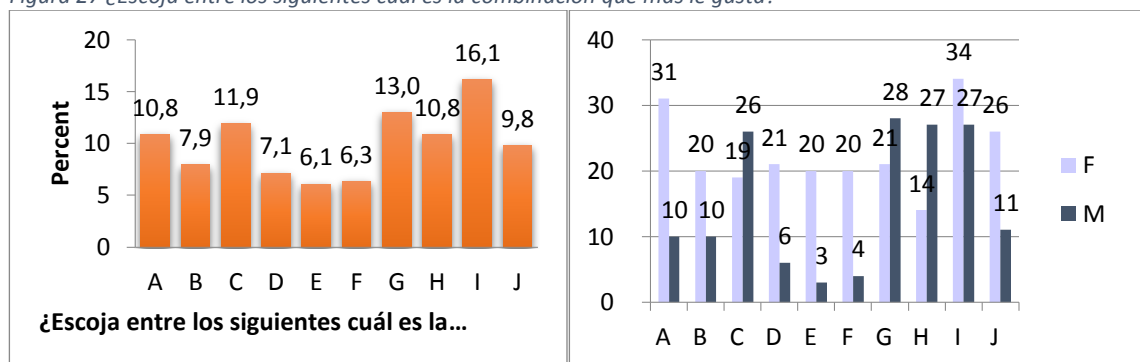
Fuente: Autora del proyecto.

- ☞ El 29,1% de los encuestados consumirían con frecuencia estos productos, el 26,7% con gran frecuencia y el 7,4% con mayor frecuencia.

NOTA: Los productos de mayor frecuencia de consumo serían:

- Sándwich, flautas, porción de torta
- Mix de frutas
- Granizados, frappés, smoothies, batidos, té helado

Figura 27 ¿Escoja entre los siguientes cuál es la combinación que más le gusta?



Fuente: Autora del proyecto.

Tabla 9 Opciones de respuesta pregunta 4

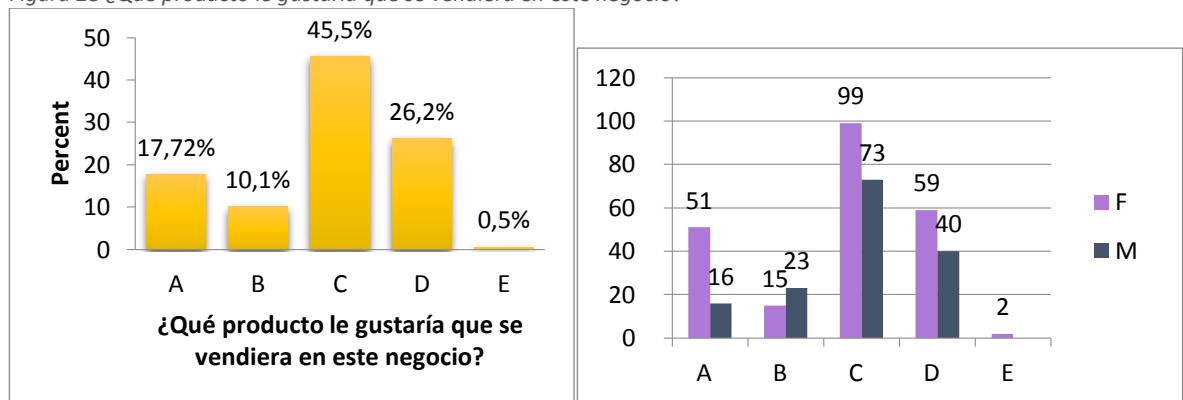
A.	Brownie-Vainilla
B.	Vainilla-Chocolate
C.	Chocolate-Arequipe
D.	Arequipe-Fresa
E.	Fresa-Vainilla
F.	Maracuyá-Limón
G.	Ron pasas-Maní
H.	Nata maní-Arequipe
I.	Limón-Mandarina
J.	Mandarina-Maracuy

Fuente: Autora del proyecto.

☞ El 16,1% de los encuestados prefiere la combinación de Limón-Mandarina, el 13% prefiere Ron pasas-Nata maní, el 11,9% Chocolate-Arequipe, el 10,8% Brownie-Vainilla.

☞ Las mujeres prefieren la combinación de Limón-Mandarina y Brownie-Vainilla, los hombres prefieren las combinaciones de Ron pasas-Nata maní y Nata maní-Arequipe.

Figura 28 ¿Qué producto le gustaría que se vendiera en este negocio?



Fuente: Autora del proyecto.

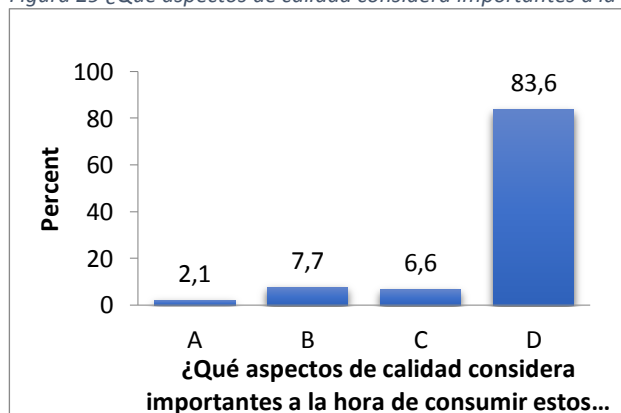
Tabla 10 Opciones de respuesta pregunta 5

A.	Bebidas con licores (Cocteles, Frappes, Café, etc.)
B.	Comidas rápidas
C.	Desayuno (Waffles, pancakes o similares)
D.	Almuerzo (Ensalada vegetales y frutas)
E.	Otro

Fuente: Autora del proyecto.

- El 45,5% de los encuestados les gustaría que se vendieran desayunos, el 26,2% Almuerzos, el 17,7% Bebidas con licores, el 10,1% Comidas rápidas y el 0,5% otros productos como avena casera.
- A la mayoría de las mujeres y los hombres les gustaría que se vendieran desayunos.

Figura 29 ¿Qué aspectos de calidad considera importantes a la hora de consumir estos productos?



Fuente: Autora del proyecto.

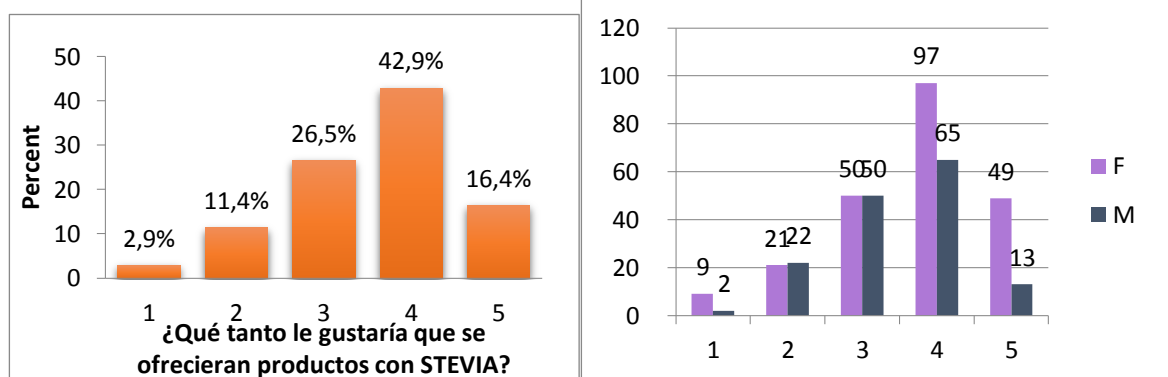
Tabla 11 Opciones pregunta 6

A. Apariencia
B. Sabor
C. Higiene
D. Todas las anteriores

Fuente: Autora del proyecto.

- ☞ Para la mayoría de los encuestados que equivale al 83,6% es importante que los productos cuenten con una buena apariencia, un buen sabor e higiene, para el 7,7% de los encuestados es importante, para el 6,6% es importante el , y para el 2,1% restante es importante.

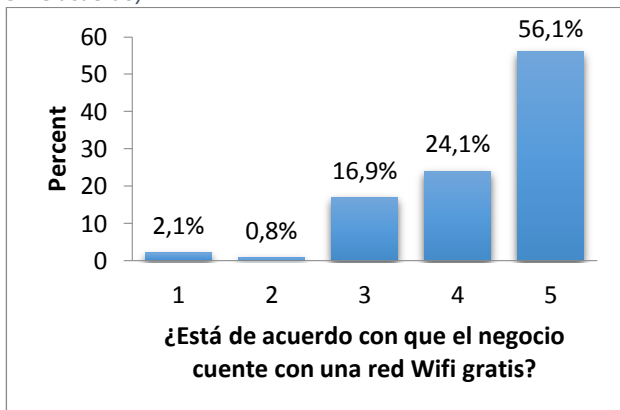
Figura 30 . ¿Qué tanto le gustaría que se ofrecieran productos con STEVIA? (De 1 a 5, siendo que 1-Le gustaría poco y 5- Le gustaría mucho)



Fuente: Autora del proyecto.

- ☞ Al 42,9% que corresponde a la mayoría de los encuestados les gustaría que se ofrecieran productos con STEVIA, solo al 2,9% de los encuestados les gustaría poco.
- ☞ A las mujeres les gustaría más que a los hombres

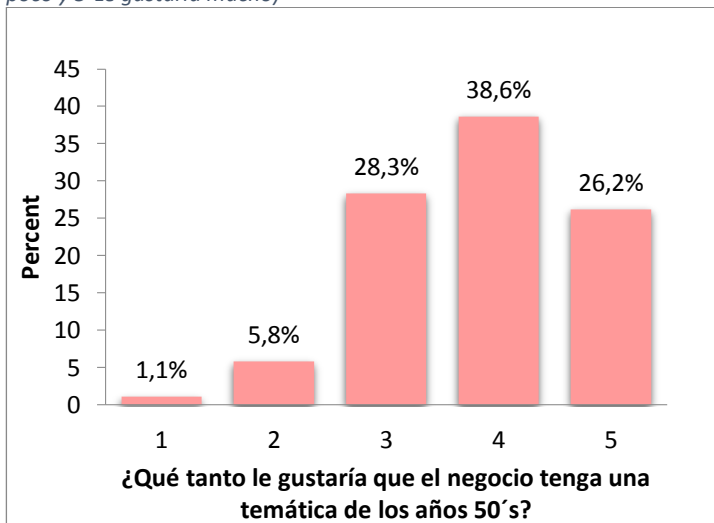
Figura 31 ¿Está de acuerdo con que el negocio cuente con una red Wifi gratis? (De 1 a 5, siendo que 1-En desacuerdo y 5-De acuerdo)



Fuente: Autora del proyecto.

- El 56,1% de los encuestados están totalmente de acuerdo en que el negocio cuente con una red Wifi gratis, solo el 2,1% está en desacuerdo.

Figura 32 ¿Qué tanto le gustaría que el negocio tenga una temática de los años 50's? (De 1 a 5, siendo que 1-Le gustaría poco y 5-Le gustaría mucho)



Fuente: Autora del proyecto.

- Al 38,6% de los encuestados le gustaría que el negocio tenga una temática de los años 50's y al 26,25% le gustaría mucho, esto evidencia una gran aceptación de esta idea.

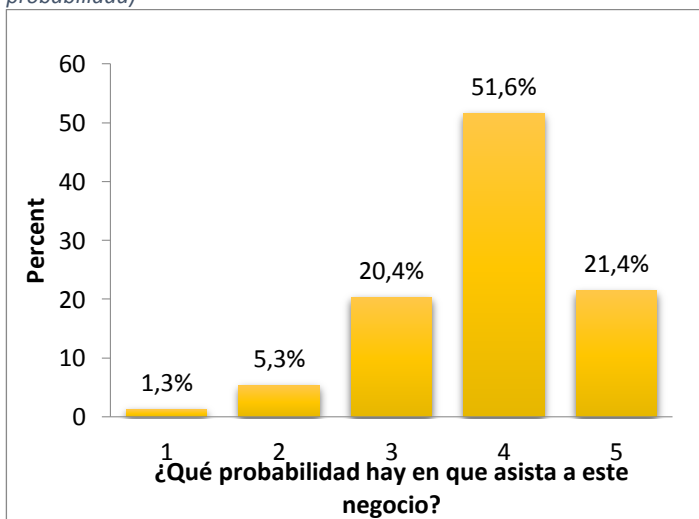
Figura 33 ¿Qué tanto le gustaría que el negocio cuente con una zona de atracciones para l@s niñ@s?



Fuente: Autora del proyecto.

- Al 38,4% de los encuestados les gustaría mucho la zona para niños, y al 31,2% le gustaría, se ve gran aceptación en esta atracción, lo que es positivo, siendo este uno de los mayores atractivos del negocio.

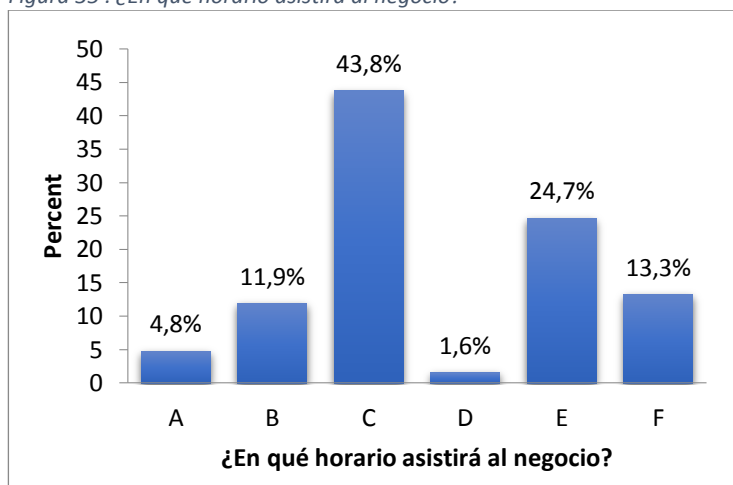
Figura 34 ¿Qué probabilidad hay en que asista a este negocio? (De 1 a 5, siendo que 1-Baja probabilidad y 5-Alta probabilidad)



Fuente: Autora del proyecto.

- El 51,6% de los encuestados asistirán al negocio con gran probabilidad, y el 21,4% asistirán con alta probabilidad, esto es bastante favorable para el negocio, ya que tendrá una gran acogida en el público.

Figura 35 . ¿En qué horario asistirá al negocio?



Fuente: Autora del proyecto.

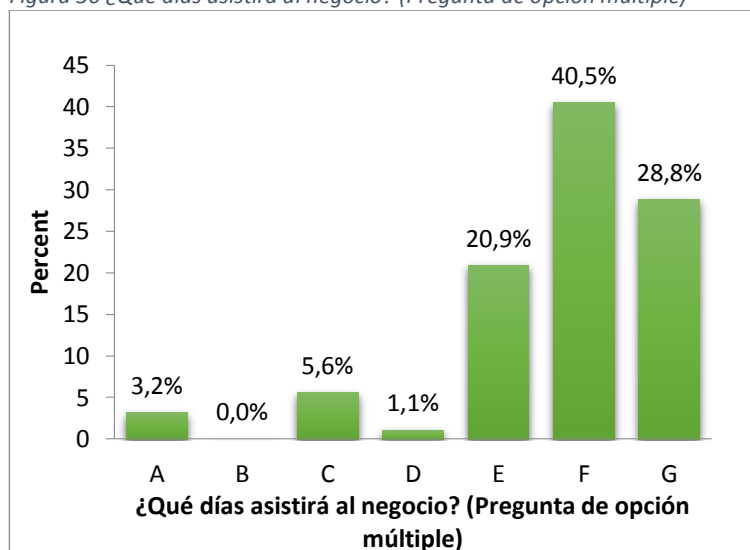
Tabla 12 Opciones pregunta 12

A. En horas de la mañana (De 8 a 12)
B. En horas de la tarde (De 1 a 6)
C. En horas de la noche (De 7 a 10)
D. A y B
E. B y C
F. A y C

Fuente: Autora del proyecto.

- ☞ El negocio tendrá gran asistencia entre las 7:00 pm y las 10:00pm y en horas de la tarde de 1:00pm a 6:00pm.

Figura 36 ¿Qué días asistirá al negocio? (Pregunta de opción múltiple)



Fuente: Autora del proyecto.

Tabla 13 Opciones pregunta 13

A. Lunes
B. Martes
C. Miércoles
D. Jueves
E. Viernes
F. Sábado
G. Domingo

Fuente: Autora del proyecto.

- El día de más asistencia es el sábado con un 40,5% de respuesta, seguido por el domingo con un 28,8%, los días de menor asistencia serán el martes y el jueves.

4.14 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADOS

Culminado el estudio de mercados se pudo identificar que el negocio tendrá una gran aceptación en la ciudad del Socorro, siendo esto una respuesta positiva para llevar a cabo el plan de negocio.

Los días de mayor afluencia de clientes serán los fines de semana en las horas de la tarde y la noche.

La idea de la zona de juegos para los niños, tuvo una gran aceptación por los clientes, ya que es algo nuevo en esta ciudad.

La temática de los años 50's es aceptada por los posibles clientes de esta idea de negocio, ya que brinda una experiencia diferente a los negocios que suelen frecuentar.

Se identificaron los productos de mayor frecuencia de consumo, los cuales son:

- Sándwich, flautas, porción de torta
- Mix de frutas
- Granizados, frappés, smoothies, batidos, té helado

Con respecto a la competencia que hay en el mercado, se pudo identificar que la mayoría de los establecimientos tiene una calidad baja en el servicio al cliente, la mitad de ellos tiene una presentación regular en sus productos y en algunos el espacio es reducido para la cantidad de clientes que llegan

5. ESTUDIO TÉCNICO

El propósito de este proyecto es investigar la factibilidad técnica para el montaje de una empresa comercializadora de productos a base de café, helado y frutas, determinando la materia prima a utilizar, los muebles y equipo necesarios para el funcionamiento de la empresa y los costos que estos implican.

La estructura y la decoración del local juegan un papel importante en la aceptación y progreso del negocio, por esto es importante tener una ambientación llamativa y agradable para los clientes.

El valor de los productos depende en gran parte del costo de la materia prima, por esto se realizó una búsqueda de proveedores que tengan productos de excelente calidad a un precio relativamente bajo, se tienen varios proveedores por si en algún momento el proveedor principal no tiene la materia prima requerida.

5.1 COSTOS DEL PRODUCTO

5.1.1 Costo del talento humano. Para el desarrollo del proyecto de la empresa “Rolling Back 59” en la ciudad del Socorro, se requiere un gerente general y jefe de cocina, quien será el encargado de organizar, dirigir y controlar todos los procesos de la empresa, además de encargarse de la caja, cocina, preparar los productos y dar informe de los insumos existentes y los faltantes, tomar los pedidos y llevarlos a los clientes. El personal que hará parte de la organización estará por contrato de prestación de servicios. A medida que el negocio lo requiera se incorporaran auxiliares de cocina o meseros.

Tabla 14 Gastos de personal

Administrador/a-Jefe de cocina	\$828.200
TOTAL	\$828.200

Fuente. Autora del proyecto

5.1.2 Costos de recursos físicos. Representa las necesidades de maquinaria, muebles y enseres fundamentales para la puesta en marcha de la empresa, se presentan los siguientes cuadros.

Tabla 15 Muebles y enseres

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
4	MUEBLES pegadosx2	\$ 300.000	\$1.200.000
6	Mesa	\$ 170.000	\$1.020.000
TOTAL			\$2.220.000

Fuente. Autora del proyecto

Tabla 16 Maquinaria requerida

CANTIDAD	EQUIPO	VALOR
1	Sandwchera	\$ 168.000
1	Licuadaora	\$ 218.000
1	Nevera	\$ 662.900
	TOTAL	\$1'048.900

Fuente. Autora del proyecto

Tabla 17 Otros materiales e insumos

Cantidad	Equipo	Precio unitario	Costo total
6	Recipientes topping	\$ 5.000	\$ 30.000
8	Platos	\$ 6.000	\$ 48.000
10	Cucharas cortas metálicas	\$ 3.000	\$ 30.000
20	Cucharas largas metálicas	\$ 4.000	\$ 80.000
4	Tazas plásticas	\$ 4.500	\$ 18.000
4	Copas setx4	\$ 12.050	\$ 48.200
10	Vasos largos	\$ 4.000	\$ 40.000
6	Vasos malteada	\$3.500	\$ 21.000
1	Exprimidor limón	\$ 5.800	\$ 5.800
1	Colador	\$ 5.000	\$ 5.000
2	Jarra	\$ 5.800	\$ 11.600
2	Bandejas circular	\$ 11.800	\$ 23.600
2	Cuchara helado	\$ 15.800	\$ 31.600
2	Tabla picar	\$ 15.800	\$ 31.600
6	Tarros salsas	\$ 1.500	\$ 9.000
	Otros	\$ 87.800	\$ 87.800
Total		\$191.350	\$489.600

Fuente. Autora del proyecto

5.1.3 Costos de Materia Prima. Para la producción de los productos se usan los siguientes insumos mensualmente.

Tabla 18 Materia prima mensual

		MALTEADA	FRAPPE	COPA HELADO	CAPUCCINO	MOCACCINO	POSTRE	POSTRE CON HELADO	SANDWICH	MIX DE FRUTAS	TOTAL	PRECIO UNIT	PRECIO TOTAL
Leche	MI	3100	3100		1550	1550	1280	1280			11860	\$1,83	\$21.743
Helado	Gramos	4650		6510				1600		6300	19060	\$7,22	\$137.613
Salsa	Gramos	310	310	465		155				630	1870	\$16,80	\$31.416
Chantilly	Lt	1550		310						3150	5010	\$9,10	\$45.591
Pitillo	Unid	31	31		31	31					124	\$9,50	\$1.178
Servilleta	Unid	62	62	62	62	62	32	32	126	126	626	\$8,44	\$5.282
Café	Gramos		310		310	310					930	\$17,10	\$15.903
Azucar	Gramos		155								155	\$2,97	\$461
Fresa	Gramos			4340						5040	9380	\$5,00	\$46.900
Cereza	Gramos			155						126	281	\$42,14	\$11.842
Piazza	Unidad			31							31	\$200,00	\$6.200
Lechera	Gramos						1280	1280			2560	\$12,50	\$32.000
Crema de leche	MI						1280	1280			2560	\$9,10	\$23.296
Gela sin sabor	Sobres						8	8			16	\$550,00	\$8.800
Galleta Ducales	Unidad						32	32			64	\$69,57	\$4.452
Pan	Unidad								126		126	\$186,11	\$23.450
Mantequilla	Gramos								315		315	\$56,00	\$17.640
Jamón	Unidad								63		63	\$700,00	\$44.100
Queso	Unidad								63		63	\$672,50	\$42.368
Papaya	Gramos									5040	5040	\$7,40	\$37.296
Mango	Gramos									6300	6300	\$4,20	\$26.460
Manzana	Gramos									2835	2835	\$11,43	\$32.400
Agua	MI		16		1550	1550	320	320			3756	\$0,53	\$1.990
													\$618.382

Fuente. Autora del proyecto

5.1.4 Costo indirecto de fabricación. Son todos aquellos materiales que están relacionados indirectamente con la preparación de los productos, estos costos serían incluidos en el producto en el momento en que el cliente solicite llevarlo para consumir fuera del establecimiento.

Tabla 19 Costos indirectos de fabricación

PRODUCTO	VALOR TOTAL	VALOR UNIT
Tenedores plásticos x100	\$ 2.800	\$28
Cuchillos plásticos x100	\$ 2.800	\$28
Pitillos x200	\$ 3.800	\$19
Servilletas x600	\$ 4.300	\$7.17
Icopor vaso grande x20	\$ 10.800	\$540
Icopor vaso pequeño x20	\$ 9.600	\$480
TOTAL		\$1.103

Fuente. Autora del proyecto

5.2 PROVEEDORES

Tabla 20 Proveedores

Producto	Proveedor	Proveedor alternativo
Frutas	Comercializadora la guayacana	Frutas y verduras
Helado	Mimos	Crem helado
Caramelos toppings	Jaboncilla	Distribuidora Oscar

Fuente. Autora del proyecto

5.3 DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN EN EL LOCAL

El proceso productivo será en línea, teniendo las maquinas seguidas, de manera que el proceso sea más eficiente y se brinde un mejor servicio.

Los muebles estarán ubicados hacia las paredes, para brindar un espacio más amplio para el acceso de los clientes y el desplazamiento del personal.

La zona de la cocina estará a la vista de los clientes, detrás de una barra, con el fin de que ellos puedan ver nuestros procesos y se aseguren de que los productos cumplen con las normas de higiene y calidad.

Para el diseño y distribución del local se realizó el siguiente diseño:

Figura 37 Diseño de la planta



Fuente. Autora del proyecto

5.4 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA

Para determinar el punto de ubicación del negocio, se tuvo en cuenta la zona comercial de la ciudad, y un local que cumpliera con los requerimientos del mismo, por esto se escogió un local ubicado en la carrera 14, el cual se encuentra en una casa antigua que le da ese toque de los años 50's.

De acuerdo al Esquema de Ordenamiento territorial del Socorro Santander (Ver anexo C), este suelo se encuentra habilitado para este tipo de negocio.

5.5 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Los productos a comercializar son a base de café, helado y frutas; se presenta variedad de preparaciones agradables al paladar y a la vista, presentadas en copas, vasos, platos pandos y presentaciones para llevar en plástico; dichos productos serán vendidos a clientes de la ciudad del Socorro y visitantes.

5.5.1 Proceso de elaboración. El proceso general para la elaboración de los productos esta detallado en el anexo 2.

5.6 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO TÉCNICO

Se determinó que el personal necesario para iniciar el negocio estará conformado por una sola persona, la cuál será encargada del funcionamiento del mismo.

Se determinaron los costos de las maquinas, insumos y muebles necesarios para el funcionamiento de la empresa, el cual es de \$5'500.000, la materia prima será adquirida semanalmente según se requiera.

Se diseñó la distribución del local, de una manera óptima para el desarrollo de las funciones diarias, dejando espacios amplios para el tránsito de clientes y personal del negocio.

Se determinó el proceso de elaboración de cada producto del negocio, teniendo en cuenta las normas de sanidad y la calidad que se le dará al producto

6. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

6.1 INVERSIONES

La inversión comprende toda adquisición de activos necesarios para la creación y puesta en marcha de la empresa comercializadora.

6.1.1 Inversión de Giro. Es el capital que se requiere para la operación de la empresa comercializadora en su primer mes.

Esta inversión contiene:

- ☞ Costos de producción
- ☞ Gastos de administración

6.1.2 Costos de producción. Son una variable controlada por la empresa, la cual representa una salida de dinero que la empresa debe incurrir para la realización de su objeto social y tiene relación directa e indirecta con la elaboración de los productos con café, helado y frutas.

6.1.2.1 Materia prima²⁵: Se define como materia prima todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto. La materia prima es todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final. Un producto terminado tiene incluido una serie de elementos y subproductos, que mediante un proceso de transformación permitieron la confección del producto final, en el siguiente cuadro se presenta un resumen de costo de la materia prima mensual y anual de los productos de la empresa Rolling Back 50's.

Tabla 21 Presupuesto de producción

AÑO / DETALLE	2020	2021	2022	2023	2024
N° de unidades a vender	3771	3907	4040	4175	4309
N° de unidades a producir	3771	3907	4040	4175	4309

Fuente. Autora del proyecto

Tabla 22 Costo de la Materia Prima directa mensual

PRODUCTO	MES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
N° de unidades malteada	31	\$1.922,00	\$ 60.406,10
N° de unidades frappe	31	\$835,08	\$ 26.245,54
N° de unidades copa helado	31	\$3.149,59	\$ 98.987,75
N° de unidades capuccino	31	\$464,54	\$ 14.599,92

²⁵ <https://www.gerencie.com/materia-prima.html>

N° de unidades mocaccino	31	\$548,54	\$ 17.239,99
N° de unidades postre	16	\$2.316,27	\$ 36.398,79
N° de unidades postre con helado	16	\$3.016,27	\$ 47.398,86
N° de unidades sandwich	63	\$2.040,72	\$ 128.274,79
N° de unidades mix de frutas	63	\$3.372,45	\$ 211.983,70
COSTO MENSUAL DE LA MATERIA PRIMA		\$17.665,46	\$ 641.535,44

Fuente. Autora del proyecto

Tabla 23 Proyección del costo de la materia prima anual

AÑO/ DESCRIPCIÓN			2020		2021		2022		2023		2024	
			Costo Unit. M.P.	Unidades	Costo M.P.	Unidades	Costo M.P.	Unid.	Costo M.P.	Unid.	Costo M.P.	Unid.
NUMERO DE UNIDADES A PRODUCIR			3771		3907		4040		4175		4309	
MAS INVENTARIO PRODUCTOS EN PROCESO			0		0		0					
MENOS INVENTARIO FINAL PRODUCTOS EN PROCESO			0		0		0					
TOTAL N° DE UNIDADES QUE REQUIEREN MATERIA PRIMA			3771		3907		4040		4175		4309	
N° de unidades malteada	31	\$1.922,0	377,1	\$724.873,2	390,7	\$750.896,15	404,0	\$776.501,71	417,5	\$802.514,51	430,9	\$828.194,98
N° de unidades Frappes	31	\$835,1	377,1	\$314.946,5	390,7	\$326.253,05	404,0	\$337.378,28	417,5	\$348.680,45	430,9	\$359.838,22
N° de unidades copa helado	31	\$3.149,6	377,1	\$1.187.853,0	390,7	\$1.230.496,88	404,0	\$1.272.456,82	417,5	\$1.315.084,12	430,9	\$1.357.166,82
N° de unidades capuccino	31	\$464,5	377,1	\$175.199,1	390,7	\$181.488,71	404,0	\$187.677,47	417,5	\$193.964,67	430,9	\$200.171,54
N° de unidades Mocaccino	31	\$548,5	377,1	\$206.879,9	390,7	\$214.306,88	404,0	\$221.614,75	417,5	\$229.038,84	430,9	\$236.368,08
N° de unidades postre	16	\$2.316,3	188,6	\$436.785,5	195,3	\$452.466,13	202,0	\$467.895,22	208,8	\$483.569,71	215,5	\$499.043,94
N° de unidades postre con helado	16	\$3.016,3	188,6	\$568.786,4	195,3	\$589.205,80	202,0	\$609.297,72	208,8	\$629.709,19	215,5	\$649.859,89
N° de unidades sándwich	63	\$2.040,7	754,3	\$1.539.297,4	781,4	\$1.594.558,23	808,0	\$1.648.932,66	835,1	\$1.704.171,91	861,8	\$1.758.705,41
N° de unidades mix de frutas	63	\$3.372,4	754,3	\$2.543.804,4	781,4	\$2.635.126,99	808,0	\$2.724.984,82	835,1	\$2.816.271,81	861,8	\$2.906.392,50
COSTO MATERIA PRIMA REQUERIDA				\$ 7.698.425		\$ 7.974.799		\$ 8.246.739		\$8.523.005,21		\$8.795.741,38

Fuente. Autora del proyecto

Tabla 24 Presupuesto compra de materia prima

AÑO/DESCRIPCIÓN	2020	2021	2022	2023	2024
COSTO MATERIA PRIMA REQUERIDA	\$ 7.698.425	\$ 7.974.799	\$ 8.246.739	\$ 8.523.005	\$ 8.795.741
TOTAL COMPRAS MATERIA PRIMA	\$ 7.698.425	\$ 7.974.799	\$ 8.246.739	\$ 8.523.005	\$ 8.795.741

Fuente. Autora del proyecto

6.1.2.2 Mano de obra²⁶: Es el valor del talento humano utilizado directamente en la producción, en el siguiente cuadro se presenta un resumen de costo de la mano de obra mensual y anual de los productos de la empresa Rolling Back 50's.

²⁶ <https://www.facilcontabilidad.com/la-creacion-de-valor-en-la-contabilidad-de-costos/>

Tabla 25 Proyección del costo de la Mano de Obra directa mensual y anual

PRODUCTO	MENSUAL	2020	2021	2022	2023	2024
Malteada	\$14.461	\$173.529	\$179.758	\$185.888	\$192.115	\$198.263
Frappe	\$12.653	\$151.838	\$157.289	\$162.652	\$168.101	\$173.480
Copa de helado	\$9.038	\$108.455	\$112.349	\$116.180	\$120.072	\$123.914
Capuccino	\$18.076	\$216.911	\$224.698	\$232.360	\$240.144	\$247.829
Mocaccino	\$18.076	\$216.911	\$224.698	\$232.360	\$240.144	\$247.829
Mix de frutas	\$25.306	\$303.675	\$314.577	\$325.304	\$336.202	\$346.960
Postre	\$9.038	\$108.455	\$112.349	\$116.180	\$120.072	\$123.914
Postre con helado	\$9.038	\$108.455	\$112.349	\$116.180	\$120.072	\$123.914
Sándwich	\$18.076	\$216.911	\$224.698	\$232.360	\$240.144	\$247.829
TOTAL	\$133.762	\$1.605.141	\$1.662.765	\$1.719.466	\$1.777.068	\$1.833.934

Fuente. Autora del proyecto

6.1.3 Costos Indirectos de Fabricación. Son los costos que no se relacionan directamente con la elaboración de los productos, pero que contribuyen y forman parte de los costos de producción.

Tabla 26 Costos indirectos de fabricación mensual.

CIF FIJOS	TOTAL	ANUAL	MENSUAL
Arriendo	\$ 300.000	\$ 3.600.000	\$ 300.000
Mano de obra	\$ 690.672	\$ 8.288.067	\$ 690.672
Internet	\$25.000	\$300.000	\$25.000
TOTAL			\$ 1.015.672

Fuente. Autora del proyecto

En el siguiente cuadro se presenta la proyección de costos indirectos de fabricación anual de los productos de la empresa Rolling Back 50's, con un incremento anual de acuerdo a la tasa de inflación de cada año.

Tabla 27 Proyección de costos indirectos de fabricación anual

	MENSUAL	2020	2021	2022	2023	2024
Arriendo	\$ 300.000	\$ 3.600.000	\$ 3.729.240	\$ 3.856.407	\$ 3.985.597	\$ 4.113.136
Mano de obra	\$ 690.672	\$ 8.333.259	\$ 8.632.423	\$ 8.926.789	\$ 9.225.836	\$ 9.521.063
Internet	\$25.000	300.000	\$ 310.770	\$ 321.367	\$ 332.133	\$ 342.761
TOTAL	\$ 1.015.672	\$ 12.233.259	\$ 12.672.433	\$ 13.104.563	\$ 13.543.566	\$ 13.976.960

Fuente. Autora del proyecto

6.1.4 Materia prima. Son los insumos necesarios para la elaboración y transformación de un producto final. Estos son los costos de las materias primas necesarias para la elaboración de los productos de la empresa “Rolling Back 50’s”

Tabla 28 Costo de elaboración de una malteada

MALTEADA				
ELEMENTO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO POR UNIDAD	COSTO TOTAL
Leche	MI	100	\$2	\$183
Helado	Gramos	150	\$7	\$1.083
Salsa	Gramos	10	\$17	\$168
Chantilly	MI	50,00	\$9	\$455
Pitillo	Unidad	1	\$10	\$16
Servilleta	Unidad	2	\$8	\$17
CIF	Depreciación	Unidad	1	\$29
	Luz	Porcentaje	10%	\$2.207
	Mano de obra	Minutos	8	\$58
TOTAL				\$2.455

Fuente. Autora del proyecto

Tabla 29 Costo de elaboración de un Frappe

FRAPPE				
ELEMENTO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO POR UNIDAD	COSTO TOTAL
Leche	MI	100	\$1,83	\$183,33
Hielo	Lts	1/2	\$530	\$265,00
Café	Gramos	10	\$17,10	\$171
Azúcar	Gramos	5	\$2,97	\$14,87
Salsa	Gramos	10	\$16,80	\$168
Pitillo	Unidad	1	\$9,50	\$16
Servilleta	Unidad	2	\$8,44	\$16,88
Depreciación	Unidad	1	\$29,85	\$29,85
Luz	Porcentaje	10%	\$2.207,00	\$44,55
Mano de obra	Minutos	7	\$57,51	\$402,60
TOTAL				\$1.312,06

Fuente. Autora del proyecto

Tabla 30 Costo de elaboración de una copa de helado

COPA DE HELADO				
ELEMENTO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO POR UNIDAD	COSTO TOTAL
Helado	Gramos	210	\$7,22	\$1.680
Fresa	Gramos	140	\$5,00	\$700
Salsa	Gramos	15	\$16,80	\$252
Chantilly	MI	10	\$9,00	\$90
Cereza	Gramos	5	\$42,14	\$210,71
Piazza	Unidad	1	\$200	\$200
Servilleta	Unidad	2	\$8,44	\$16,88
Depreciación	Unidad	1	\$39,91	\$39,91
Luz	Porcentaje	10%	\$2.207,00	\$50
Mano de obra	Minutos	5	\$57,51	\$287,57
TOTAL				\$3.527,06

Fuente. Autora del proyecto

Tabla 31 Costo de elaboración de un cappuccino

CAPUCCINO				
ELEMENTO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO POR UNIDAD	COSTO TOTAL
Leche	MI	50	\$1,83	\$91,67
Agua	MI	50	\$0,53	\$26,50
Café	Gramos	10	\$32	\$320
Pitillo Mezclador	Unidad	1	\$9,50	\$9,50
Servilleta	Unidad	2	\$8,44	\$16,88
Depreciación	Unidad	1	\$26,51	\$26,51
Luz	Porcentaje	10%	\$2.207	\$50
Mano de obra	Minutos	10	\$57,51	\$575,14
TOTAL				\$1.116,20

Fuente. Autora del proyecto

Tabla 32 Costo de elaboración de un mocaccino

MOCACCINO				
ELEMENTO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO POR UNIDAD	COSTO TOTAL
Leche	MI	50	\$1,83	\$91,67
Agua	MI	50	\$0,53	\$26,50
Chocolate	Gramos	5	\$16,80	\$84
Café	Gramos	10	\$32	\$320
Pitillo Mezclador	Unidad	1	\$9,50	\$9,50
Servilleta	Unidad	2	\$8,44	\$16,88
Luz	Porcentaje	10%	\$2.207	\$50
Depreciacion	Unidad	1	\$44,09	\$44,09
Mano de obra	Minutos	10	\$57,51	\$575,08
TOTAL				\$1.217,77

Fuente. Autora del proyecto

Tabla 33 Costo de elaboración de un postre

POSTRE				
ELEMENTO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO POR UNIDAD	COSTO TOTAL
Lechera	Gramos	80	\$12,50	\$1.000,00
Leche	MI	80	\$1,83	\$146,67
Crema de leche	MI	80	\$9,10	\$728
Gelatina sin sabor	Sobre	1/2	\$550,00	\$275
Galleta	Unidad	2	\$69,57	\$139,13
Agua	MI	20	\$0,5	\$10,6
Servilleta	Unidad	2	\$8,44	\$16,88
Mano de Obra	Minutos	10	\$57,51	\$575,14
Luz	Porcentaje	14%	\$2.207,00	\$50
Depreciación	Unidad	1	\$54,97	\$54,97
TOTAL				\$2.996,38

Fuente. Autora del proyecto

Tabla 34 Costo de elaboración de un sándwich

SANDWICH				
ELEMENTO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO POR UNIDAD	COSTO TOTAL
Pan	Unidad	2	\$186,11	\$372,22
Mantequilla	Gramos	5	\$56,00	\$280
Jamón	Unidad	1	\$700,00	\$700
Queso	Unidad	1	\$672,50	\$672,50
Servilleta	Unidad	2	\$8,44	\$16
Depreciación	Unidad	1	\$26,99	\$26,99
Luz	Porcentaje	20%	\$2.168,00	\$49,12
Mano de obra	Minutos	5	\$57,51	\$287,57
TOTAL				\$2.404,40

Fuente. Autora del proyecto

Tabla 35 Costo de elaboración de un mix de frutas

MIX DE FRUTAS				
ELEMENTO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO POR UNIDAD	COSTO TOTAL
Papaya	Gramos	80	\$7,40	\$592
Mango	Gramos	100	\$4,20	\$420
Manzana	Gramos	45	\$11,43	\$514,29
Fresa	Gramos	80	\$5,00	\$400
Cereza	Gramos	2	\$42,14	\$84,29
Salsa	Gramos	10	\$16,80	\$168
Helado	Gramos	100	\$7,22	\$722
Chantilly	MI	50	\$9,10	\$455
Servilletas	Unidad	2	\$8,44	\$16,88
Luz	Porcentaje	20%	\$2.168,00	\$49,12
Mano de obra	Minutos	7	\$57,51	\$402,60
Depreciación	Unidad	1	\$11,14	\$11,14
TOTAL				\$3.835,30

Fuente. Autora del proyecto

6.1.5 Gastos de administración. En base a la estructura organizacional de la empresa “Rolling Back 50’s”. Los gastos administrativos que generan hacen referencia a los salarios devengados por el gerente general, el auxiliar de cocina y el mesero, adicional a esto los gastos adquiridos por servicios públicos y arriendo.

Tabla 36 Gastos de administración

CIF ADM.	TOTAL	ANUAL	MENSUAL
Arriendo	\$300.000	\$3.600.000	\$300.000
Nomina Adm P.S.	\$694.438,3	\$8.333.259,3	\$694.438
Internet	\$25.000	\$300.000	\$25.000
Muebles	\$1.200.000	\$300.000	\$25.000
Mesa	\$1.020.000	\$170.000	\$14.166
TOTAL			\$1.058.604

Recibo de luz	\$21.000	\$252.000,0	\$21.000,0
Recibo de Agua	\$28.000,0	\$336.000,0	\$28.000,0
TOTAL			\$49.000,0

TOTAL CIF ADM	\$1.107.604
----------------------	--------------------

Fuente. Autora del proyecto

Tabla 37 Proyección anual de Gastos de administración.

	MENSUAL	2020	2021	2022	2023	2024
Arriendo	\$300.000,0	\$3.600.000,0	\$3.729.240,0	\$3.856.407,1	\$3.985.596,7	\$4.113.135,8
Nomina Adm P.S.	\$694.438,3	\$8.333.259,3	\$8.632.423,3	\$8.926.788,9	\$9.225.836,3	\$9.521.063,1
Internet	\$25.000,0	\$300.000,0	\$310.770,0	\$321.367,3	\$332.133,1	\$342.761,3
Muebles	\$25.000,0	\$300.000,0	\$310.770,0	\$321.367,3	\$332.133,1	\$342.761,3
Mesa	\$14.166,7	\$170.000,0	\$176.103,0	\$182.108,1	\$188.208,7	\$194.231,4
Televisor	\$5.833,3	\$70.000,0	\$72.513,0	\$74.985,7	\$77.497,7	\$79.977,6
Recibo de luz	\$21.000,0	\$252.000,0	\$261.046,8	\$269.948,5	\$278.991,8	\$287.919,5
Recibo de Agua	\$28.000,0	\$336.000,0	\$348.062,4	\$359.931,3	\$371.989,0	\$383.892,7
TOTAL	\$1.107.604,9	\$13.291.259,3	\$13.768.415,5	\$14.237.918,4	\$14.714.888,7	\$15.185.765,2

Fuente. Autora del proyecto

6.1.6 Inversión fija. Son todos los activos tangibles requeridos para el funcionamiento de la empresa “Rolling Back 50’s”

Esta inversión requiere:

- ☞ Equipo de producción
- ☞ Otros materiales e insumos
- ☞ Muebles y enseres
- ☞ Equipo de oficina

6.2 EQUIPO DE PRODUCCIÓN.

Es la maquinaria requerida para la elaboración de los productos a base de café, helado y frutas.

Tabla 38 Equipo de producción

CANTIDAD	EQUIPO	VALOR
1	Sandwchera	\$ 168.000
1	Licuadaora	\$ 218.000
1	Nevera	\$ 662.900
TOTAL		\$1'048.900

Fuente. Autora del proyecto

6.3 OTROS MATERIALES E INSUMOS.

Son aquellos elementos necesarios para la presentación y venta de los productos a base de café, helado y frutas.

Tabla 39 Materiales e insumos

CANT.	EQUIPO	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
6	Recipientes topping	\$ 5.000	\$ 30.000
8	Platos	\$ 6.000	\$ 48.000
10	Cucharas cortas metálicas	\$ 3.000	\$ 30.000
20	Cucharas largas metálicas	\$ 4.000	\$ 80.000
4	Tazas plásticas	\$ 4.500	\$ 18.000
4	COPAS setx4	\$ 12.050	\$ 48.200
10	Vasos largos	\$ 4.000	\$ 40.000
6	Vasos malteada	\$3.500	\$ 21.000
1	Esprimidor limón	\$ 5.800	\$ 5.800
1	Colador	\$ 5.000	\$ 5.000
2	Jarra	\$ 5.800	\$ 11.600
2	Bandejas circular	\$ 11.800	\$ 23.600
2	Cuchara helado	\$ 15.800	\$ 31.600
2	Tabla picar	\$ 15.800	\$ 31.600
6	Tarros salsas	\$ 1.500	\$ 9.000
	Otros	\$ 87.800	\$ 87.800
TOTAL		\$191.350	\$489.600

Fuente. Autora del proyecto

6.4 MUEBLES Y ENSERES. Son los muebles y elementos necesarios para el funcionamiento de la empresa "Rolling Back 50's".

Tabla 40 Muebles y enseres

Cantidad	Equipo	Precio unitario	Precio total
4	Muebles pegadosx2	\$300.000	\$1.200.000
6	Mesa	\$170.000	\$1.020.000
TOTAL		\$1.270.000	\$2'220.000

Fuente. Autora del proyecto

6.5 EQUIPO DE OFICINA. Son todos los equipos que se requieren para el buen funcionamiento del área administrativa de la empresa “Rolling Back 50’s”.

Tabla 41 Equipo de oficina.

Cantidad	Equipo	Precio unitario	Precio total
1	Calculadora	\$7.000	\$7.000
TOTAL		\$7.000	\$7.000

Fuente. Autora del proyecto

Tabla 42 Resumen de inversión fija.

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Equipo de producción	\$1.048.900
Otros materiales e insumos	\$489.600
Muebles y enseres	\$2'220.000
Equipo de oficina	\$7.000
TOTAL	\$4'265.500

Fuente: Autor del proyecto

6.6 DEPRECIACIONES. Es el método por el cual se conoce el desgaste que sufre la maquinaria y los equipos por el uso que se requiere para la elaboración de los productos a base de café, helado y frutas.

Tabla 43 Depreciaciones

MAQUINARIA	PRECIO	VALOR ANUAL	VALOR MENSUAL	MALTEADA		FRAPPE		COPA DE HELADO		CAPUCCINO		MOCACINNO		MIX DE FRUTAS		POSTRE		POSTRE CON HELADO		SANDWICH	
Licudora	\$ 218.000	\$ 21.800	\$ 1.817	\$218	\$9	\$218	\$9								\$127	\$10	\$127	\$10			
Sandwichera	\$ 168.000	\$ 16.800	\$ 1.400																	\$252	\$5
Nevera	\$ 662.900	\$ 66.290	\$ 5.524								\$552	\$22			\$387	\$30	\$387	\$30	\$994	\$19	
Plato	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 2.500										\$350	\$7	\$175	\$14	\$175	\$14	\$450	\$9	
Pocillo y plato	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 8.333							\$833	\$33	\$833	\$33								
Vaso Malteada	\$28.000	\$28.000	\$2.333	\$280	\$11																
Vaso Frappe	\$32.000	\$32.000	\$2.667			\$320	\$13														
Cuchara Larga	\$40.000	\$40.000	\$3.333	\$400	\$16	\$400	\$16														
Cuchara Corta	\$30.000	\$30.000	\$2.500					\$250	\$10				\$350	\$7	\$175	\$14	\$175	\$14			
Copa	\$120.500	\$120.500	\$10.042					\$1.004	\$39												
	\$ 1.429.400	\$ 485.390	\$ 40.449	\$35		\$37		\$49		\$33		\$54		\$14		\$68		\$68		\$33	

Fuente: Autor del proyecto

6.7 DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS DEL PRODUCTO

Se determinó la cantidad y el costo unitario, de cada uno de los elementos de la producción en cuanto a materia prima, mano de obra directa, y costos indirectos

de fabricación; con el fin de determinar la tarjeta de costo unitario de cada uno de los productos comercializados en la empresa Rolling Back 50's.

6.7.1 Costos unitarios de producción. En este rubro se determinaron los costos unitarios de cada bebida y producto, sobre el cual se le aplicó el margen de utilidad que la empresa Rolling Back 50's desea ganar en el primer año de funcionamiento (2020), en el siguiente cuadro se presentan los porcentajes de utilidad que se ganará por cada producto.

Tabla 44 Margen de utilidad de cada producto

	MARGEN DE UTILIDAD								
	MALTEADA	FRAPPE	COPA DE HELADO	CAPUCCINO	MOCACINNO	MIX DE FRUTAS	POSTRE	POSTRE CON HELADO	SANDWICH
PRECIO VENTA PUBLICO	\$6.000,00	\$5.500,00	\$7.500,00	\$4.000,00	\$4.500,00	\$7.500,00	\$5.000,00	\$5.700,00	\$5.000,00
PRODUCCIÓN	\$2.455,44	\$1.312,06	\$3.527,06	\$1.116,20	\$1.217,77	\$3.835,30	\$2.996,38	\$3.696,38	\$2.404,40
UTILIDAD %	58%	78%	52%	70%	71%	48%	39%	34%	51%
PRECIO VENTA	\$5.846	\$5.964	\$7.348	\$3.721	\$4.199	\$7.376	\$4.912	\$5.601	\$4.907

Fuente: Autor del proyecto

6.8 FUENTES DE FINANCIACIÓN

La fuente de financiación del proyecto será por parte de autor del mismo, con una inversión de \$5'500.000 para cubrir con los gastos necesarios para el funcionamiento del negocio, ya que la materia prima se compra semanal, no es necesario incluir el monto total en la inversión.

6.9 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

Se presentan los ingresos y egresos que tiene la empresa, sus proyecciones de ventas en relación con el punto de equilibrio, el flujo de caja y demás requerimientos financieros que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

6.9.1 Proyección de ventas. En el siguiente cuadro se presenta la proyección mensual y anual de los productos para el año 2020, y la proyección de ventas anual de los siguientes 4 años.

El aumento en el precio anual se determina teniendo en cuenta el IPC para el 2020 que es del 3,59% y para los siguientes años del 3,41%, 3,35%, 3,2% respectivamente, estos datos fueron investigados en la página de estatista 2018 y de la página de banco de la república.

Tabla 45 Proyección de ventas

DESCRIPCIÓN	MES	PRECIO DE VENTA	MES	2020	2021	2022	2023	2024
N° de unidades malteada	31	\$ 6.000	\$ 188.573	\$ 2.262.872	\$ 2.344.109	\$ 2.424.043	\$ 2.505.248	\$ 2.585.416
N° de unidades frappe	31	\$ 5.500	\$ 172.858	\$ 2.074.299	\$ 2.148.766	\$ 2.222.039	\$ 2.296.478	\$ 2.369.965
N° de unidades copa helado	31	\$ 7.500	\$ 235.716	\$ 2.828.589	\$ 2.930.136	\$ 3.030.053	\$ 3.131.560	\$ 3.231.770
N° de unidades capuccino	31	\$ 4.000	\$ 125.715	\$ 1.508.581	\$ 1.562.739	\$ 1.616.029	\$ 1.670.165	\$ 1.723.611
N° de unidades mocaccino	31	\$ 4.500	\$ 141.429	\$ 1.697.154	\$ 1.758.082	\$ 1.818.032	\$ 1.878.936	\$ 1.939.062
N° de unidades postre	16	\$ 7.500	\$ 117.858	\$ 1.414.295	\$ 1.465.068	\$ 1.515.027	\$ 1.565.780	\$ 1.615.885
N° de unidades postre con helado	16	\$ 5.000	\$ 78.572	\$ 942.863	\$ 976.712	\$ 1.010.018	\$ 1.043.853	\$ 1.077.257
N° de unidades sandwich	63	\$ 5.700	\$ 358.288	\$ 4.299.456	\$ 4.453.806	\$ 4.605.681	\$ 4.759.972	\$ 4.912.291
N° de unidades mix de frutas	63	\$ 5.000	\$ 314.288	\$ 3.771.453	\$ 3.906.848	\$ 4.040.071	\$ 4.175.414	\$ 4.309.027
venta mensual total	314		\$ 1.733.297					
Unidades por año	3771							
total ventas al año			\$ 1.733.297	\$ 20.799.561	\$ 21.546.266	\$ 22.280.993	\$ 23.027.407	\$ 23.764.284

Fuentes: Autor del proyecto.

Tabla 46 Resumen de ingresos anuales.

MES	2020	2021	2022	2023	2024
\$ 1.733.297	\$ 20.799.561	\$ 21.546.266	\$ 22.280.993	\$ 23.027.407	\$ 23.764.284

Fuentes: Autor del proyecto.

6.9.2 Proyección de presupuesto de egresos. Para realizar la proyección de los egresos del proyecto, se tomó como base el incremento en el índice de precios del consumidor proyectado para cada año.

Tabla 47 Presupuesto de egresos.

DETALLE	MENSUAL	2020	2021	2022	2023	2024
Materia Prima	\$641.535	\$7.698.425	\$7.974.799	\$8.246.739	\$8.523.005	\$8.795.741
Arriendo	\$600.000	\$7.200.000	\$7.458.480	\$7.712.814	\$7.971.193	\$8.226.272
Nomina Adm P.S.	\$828.200	\$9.938.400	\$10.295.189	\$10.646.254	\$11.002.904	\$11.354.997
Internet	\$25.000	\$300.000	\$310.770	\$321.367	\$332.133	\$342.761
Muebles	\$25.000	\$300.000	\$310.770	\$321.367	\$332.133	\$342.761
Mesa	\$14.167	\$170.000	\$176.103	\$182.109	\$188.209	\$194.232
Televisor	\$5.833	\$69.996	\$72.509	\$74.981	\$77.493	\$79.973
Recibo de luz	\$35.000	\$420.000	\$435.078	\$449.914	\$464.986	\$479.866
Recibo de Agua	\$28.000	\$336.000	\$348.062	\$359.931	\$371.989	\$383.893
TOTAL	\$1.561.200	\$18.734.396	\$ 19.406.961	\$ 20.068.739	\$ 20.741.041	\$21.404.755

Fuentes: Autor del proyecto.

Tabla 48 Resumen de egresos.

AÑO	2020	2021	2022	2023	2024
EGRESOS	\$18.734.396	\$ 19.406.961	\$ 20.068.739	\$ 20.741.041	\$21.404.755

Fuentes: Autor del proyecto.

6.10 PUNTO DE EQUILIBRIO

Es aquel punto de actividad (volumen de ventas) donde los ingresos totales son iguales a los costos totales, es decir, el punto de actividad donde no existe utilidad ni pérdida.

Para el presente proyecto se tomaron los costos fijos totales mensuales y se dividieron en la sumatoria del margen de contribución ponderado, el cual se obtiene de la resta entre el precio de venta y el costo variable unitario, este total se multiplica por el porcentaje del peso de producción de cada producto.

6.10.1 Fórmula para calcular el punto de equilibrio

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costo fijo}}{\text{Sumatoria del margen de contribución ponderado}}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\$1'015.672}{\$3.231,66}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = 314,287 \text{ Unid}$$

Para lograr un punto de equilibrio, se requiere de unas ventas mensuales de 314,287 unidades.

Tabla 49 Margen de contribución ponderado

PESO PRODUCCIÓN	10%	10%	10%	10%	10%	20%	5%	5%	20%
	MALTEADA	FRAPPE	COPA DE HELADO	CAPUCCINO	MOCACINNO	MIX DE FRUTAS	POSTRE	POSTRE CON HELADO	SANDWICH
Precio de venta	\$6.000	\$5.500	\$7.500	\$4.000	\$4.500	\$7.500	\$5.000	\$5.700	\$5.000
Costo variable unitario	\$2.450	\$1.409	\$3.694	\$1.060	\$1.158	\$3.854	\$2.950	\$3.650	\$2.377
Margen de contribución	\$3.550	\$4.091	\$3.806	\$2.940	\$3.342	\$3.646	\$2.050	\$2.050	\$2.623
Margen de contribución ponderado	\$355	\$409	\$381	\$294	\$334	\$729	\$103	\$103	\$525

Fuente: Autor del proyecto

Tabla 50 Punto de equilibrio

MALTEADA	FRAPPE	COPA DE HELADO	CAPUCCINO	MOCACINNO	MIX DE FRUTAS	POSTRE	POSTRE CON HELADO	SANDWICH	TOTAL
31	31	31	31	31	63	16	16	63	314

Fuente: Autor del proyecto

6.11 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Este estudio económico, permite conocer el estado financiero del dinero que tiene la empresa, mide la liquidez y es la clave para la toma de decisiones.

Muestra la inversión inicial, y los beneficios que pueden llegar a ofrecer el negocio en funcionamiento.

Tabla 51 Flujo de caja proyectado

	PERIODO	INGRESO	EGRESO	NETO
	0	\$0	\$5.500.000	-\$5.500.000
2020	1	\$21.385.168	\$18.734.396	\$2.650.772
2021	2	\$22.152.896	\$19.406.961	\$2.745.935
2022	3	\$22.908.309	\$20.068.739	\$2.839.570
2023	4	\$23.675.738	\$20.741.041	\$2.934.697
2024	5	\$24.433.361	\$21.404.755	\$3.028.606

Fuente: Autora del proyecto

6.12 BALANCE APERTURA

El balance de apertura es aquel balance que se hace al momento de iniciar una empresa o un negocio, en el cual se registran los activos, pasivos y patrimonio con que se constituye e inician operaciones.

Tabla 52 Balance inicial

ACTIVOS	
Activo corriente	
Caja	5500000
Total activo corriente	5500000
PASIVOS	
Pasivo corriente	0
Pasivos no corrientes	0
Total pasivos	0
PATRIMONIO	
Capital social	5500000
Total patrimonio	
Total Pasivo+Patrimonio	5500000

Fuente: Autora del proyecto

6.13 VPN

El valor presente neto corresponde a la diferencia entre el valor presente de los ingresos y el valor presente de los egresos.

Valor Presente Neto (VPN): es el método más conocido a la hora de evaluar proyectos de inversión a largo plazo.

Los parámetros de decisión son los siguientes:

Si $VPN > 0$ El proyecto será financieramente viable

Si $VPN = 0$ El proyecto es indiferente

Si $VPN < 0$ El proyecto no es conveniente²⁷

Para hallar este resultado se tuvo como base la siguiente tabla del flujo de caja.

Tabla 53 Flujo de caja proyectado

	PERIODO	INGRESO	EGRESO	NETO
	0	\$0	\$5.500.000	-\$5.500.000
2020	1	\$21.385.168	\$18.734.396	\$2.650.772
2021	2	\$22.152.896	\$19.406.961	\$2.745.935
2022	3	\$22.908.309	\$20.068.739	\$2.839.570
2023	4	\$23.675.738	\$20.741.041	\$2.934.697
2024	5	\$24.433.361	\$21.404.755	\$3.028.606

Fuente: Autora del proyecto

En la cual se traen los valores al presente descontándolos con una tasa de oportunidad del 8%

La fórmula usada es la siguiente:

$$VPN = -1 + \sum \frac{F_n}{(1+i)^n}$$

$$VPN = -5.000.000 + \frac{2.650.772}{1+0.08} + \frac{2.745.935}{(1+0.08)^2} + \frac{2.839.570}{(1+0.08)^3} + \frac{2.934.697}{(1+0.08)^4} + \frac{3.028.606}{(1+0.08)^5}$$

$$VPN = 11'281.066$$

La tasa de oportunidad es del 8%, para obtener este resultado se proyectan los ingresos y egresos hasta el 2024, y se hace el descuento de los flujos que da como resultado el VPN de \$11'281.066, por lo tanto el proyecto es financieramente viable.

6.14 TIR

Es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.

Tasa interna de retorno, es decir todo lo que entre en el proyecto se vuelve a invertir en el mismo.

Para que el proyecto se considere rentable la TIR debe ser superior al costo de capital empleado.

Criterios:

Si la $TIR > TIO$ El proyecto se acepta

Si la $TIR < TIO$ El proyecto se rechaza

²⁷ Miranda, Juan José (2012). *Gestión de proyectos* (7ª Edición ed.). Bogotá, Colombia: MM Editores, pag. 493

Si la TIR = TIO El proyecto es indiferente

El valor presente neto mide el valor creado o perdido por una decisión financiera. La tasa de oportunidad es del 8%, para obtener este resultado se proyectan los ingresos y egresos hasta el 2024, y se hace el descuento de los flujos que da como resultado el VPN de \$11'281.066, para que este valor sea igual a cero la tasa de descuento TIR es de 42%, siendo esta mayor que la tasa de oportunidad del 8% el proyecto es aceptado.

6.15 TIRm

La TIRm es una medida de rentabilidad periódica expresada en porcentaje.

Para hallar este resultado usamos la tabla anterior de flujos de caja una tasa de financiamiento y una de reinversión, la tasa de colocación o financiamiento de este proyecto es del 16% E.A. y la TIRm nos dio como resultado 25%, comparada con la tasa de oportunidad que es del 8% el proyecto sigue siendo viable, pues su rentabilidad es mayor a la esperada.

6.16 CAUE

El método Costo Anual Uniforme Equivalente consiste en convertir todos los ingresos y egresos en una serie uniforme de pagos, si el resultado es positivo es porque los ingresos son mayores que los egresos y por lo tanto el proyecto puede realizarse.

El resultado del proyecto es que en cinco años se va a recibir unos ingresos equivalentes a \$2.825.415 cada año.

6.17 RB/C.

La Relación Beneficio/Costo está representada por la relación Ingresos/Egresos, en donde los ingresos y los egresos deben ser calculados utilizando el VPN o el CAUE, de acuerdo al flujo de caja.

El análisis de la relación B/C, toma valores mayores, menores o iguales a 1, lo que implica que:

- ↻ B/C > 1 implica que los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es aconsejable.
- ↻ B/C = 1 implica que los ingresos son iguales que los egresos, entonces el proyecto es indiferente.
- ↻ B/C < 1 implica que los ingresos son menores que los egresos, entonces el proyecto no es aconsejable.

VPN Ingresos \$91.010.282,64

VPN Egresos \$85.229.216,97

$$R^{B/C} = \frac{VPI}{VPE} \quad R^{B/C} = \frac{91}{84} = 1,06$$

Para el resultado de este proyecto se obtuvo el valor presente neto de los ingresos y los egresos, se traen a cero y se dividen, ingresos sobre egresos da como resultado 1,06, lo que significa que por cada peso invertido se reciben \$1,06.

6.18 RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Con base en los resultados financieros, se pudo determinar el retorno de la inversión, el cuál se obtiene sumando los flujos de caja que se esperan para cada año, hasta llegar al valor de la inversión inicial, teniendo en cuenta la siguiente fórmula:

$$PRI = a + \frac{b - c}{d}$$

a=Número del periodo que precede al de la recuperación de la inversión.

b=Inversión inicial del proyecto

c=Suma de los flujos de caja, hasta llegar al final del periodo a.

d=Valor del flujo de caja que se generaría el año en el que se recupera la inversión

Año	Flujo de Efectivo	Flujo de Efectivo acumulado
0	-\$5.500.000	-\$5.500.000
1	\$2.650.772	\$2.454419
2	\$2.745.935	\$2.254.142
3	\$2.839.570	\$2.254.142

$$PRI = 3 + \frac{5.500.000 - (2.650.772 + 2.745.935 + 2.839.570)}{2.839.570}$$

$PRI = 2.03 \text{ años}$

Según el resultado, la inversión se recuperará en dos años y tres meses.

6.19 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

Se determinó que el punto de equilibrio será de 314,287 unidades totales, en relación con las proyecciones de ventas, se puede observar que el proyecto es viable desde este punto de vista. Para realizar las proyecciones, se tuvo en cuenta el valor de la tasa de inflación con proyección a 4 años.

La tasa de oportunidad es del 8%, para obtener este resultado se proyectan los ingresos y egresos hasta el 2024, y se hace el descuento de los flujos que da como resultado el VPN de \$11'281.065, por lo tanto la empresa tendrá un incremento equivalente al monto del Valor Presente Neto.

El valor presente neto es de \$11'281.065, para que este valor sea igual a cero la tasa de descuento TIR es de 42%, siendo esta mayor que la tasa de oportunidad del 8% el proyecto es aceptado, ya que la TIR es superior al costo de capital empleado.

Según la Relación Beneficio/Costo, los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es viable.

7. STUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

En esta parte del trabajo se indicarán las etapas a seguir para la creación y puesta en marcha de la empresa “Rolling Back”, se definirá el tipo de sociedad que registrará a partir de su constitución y todos los documentos necesarios para su funcionamiento.

Además de ellos se mostrará la estructura organizacional, el manual de funciones y la asignación de salarios

7.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

Se conformará una **Sociedad por acciones simplificada** para el desarrollo de éste proyecto, ya que esta forma de constitución otorga unos beneficios para el empresario tanto económicos como jurídicos.

7.1.1 Sociedad por Acciones Simplificada²⁸. La sociedad por acciones simplificadas está reglamentada según la Ley 1258 de 2008. Dicha sociedad podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes solo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.

7.2 MARCO LEGAL Y NORMATIVOS

7.2.1 Para crear el negocio²⁹. Para la creación de una empresa se inicia por tomar la decisión de crearla, definiendo las razones para iniciar un negocio como: oportunidad, necesidad, desempleo, plan de vida, etc.

Luego se define la idea de negocio y se diseña un modelo de negocio exitoso; al finalizar esto se procede a iniciar la operación de la empresa, para esto existen unos requerimientos legales que se deben cumplir, estos son:

- ☞ Registrar la empresa como Establecimiento de Comercio, se entiende por un conjunto de bienes organizados por el empresario para realizar los fines de la empresa.

²⁸ CÁMARA DE COMERCIO, Página web de la cámara de comercio. [Citado 28 - Enero-2019] Disponible en internet: <http://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Registros-Publicos/Que-son-las-Sociedades-por-Acciones-Simplificadas>

²⁹ CÁMARA DE COMERCIO, Pasos para crear empresa. [Citado 28 - Enero-2019] Disponible en internet: <https://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa>

Se deben presentar los siguientes documentos para registrarse como establecimiento de comercio ante la CCB:

1. Original del documento de identidad.
2. Formulario del Registro Único Tributario (RUT).
3. Formularios disponibles en las sedes de la CCB.
4. Formulario de Registro Único Empresarial y Social (RUES)
5. Carátula única empresarial y anexos, según corresponda (Persona Natural)
6. Formulario de Registro con otras entidades

Una vez inscrita ante la CCB, la empresa unipersonal surge como una persona jurídica distinta al empresario o constituyente. La empresa unipersonal requiere ser creada mediante documento privado de constitución, que deberá contener los siguientes requisitos:

Nombre, documento de identidad, domicilio y dirección del empresario. Denominación o razón social de la empresa, seguida de la expresión 'Empresa Unipersonal' o de su sigla EU so pena de que el empresario responda ilimitadamente. El domicilio de la empresa, ciudad o municipio en donde desarrolle sus actividades. Por último, el término de duración si este no es indefinido.

7.2.2 ¿Cómo matricular un establecimiento de comercio?

1. ¿Cuándo debe matricularse?

El establecimiento de comercio debe matricularse dentro del mes siguiente a la fecha en que inició actividades (art. 31 Cde Co).

2. ¿Dónde debe matricularse?

La solicitud de matrícula se debe presentar en la Cámara de Comercio con jurisdicción en el lugar donde va a funcionar el establecimiento, en este caso la cámara de comercio del Socorro.

3. ¿Cómo efectuar la matrícula del establecimiento de comercio?

En la sede de la Cámara de Comercio del Socorro se adquiere el formulario de Registro Único Empresarial y Social - RUES para la matrícula de los establecimientos de comercio, sucursales o agencias, se procede a verificar que no exista un establecimiento registrado con el nombre igual al escogido y se diligencia el formulario completo de acuerdo a las instrucciones que se anexan al mismo.

4. ¿Cuándo debe renovarse?

La matrícula debe renovarse entre el 1º de enero y el 31 de marzo de cada año. Para la renovación de la matrícula debe presentar debidamente diligenciado el formulario de matrícula mercantil o renovación de establecimientos de comercio, sucursales y agencias en el punto de atención y cancelar los derechos

respectivos. También se puede hacer a través de Internet en la página www.ccb.org.co Servicios en línea — Renovación de Matrícula Mercantil

7.2.3 Para el funcionamiento del establecimiento. Según el DECRETO 80 DE 1963, este establecimiento requiere para su funcionamiento, la expedición de la correspondiente patente, otorgada por la Secretaría de Gobierno.

El término por el cual se concede esta patente, está condicionado al pago del impuesto de industria y comercio y no podrá exceder de seis meses. La revalidación de la Patente debe hacerse en el mes de enero y en la primera semana de los meses restantes.

Para expedir la patente de funcionamiento de que trata el artículo anterior es necesario, presentar a la Secretaría de Gobierno los siguientes documentos y cumplir los requisitos a continuación:

- a) Certificado de paz y salvo del impuesto de industria y comercio;
- b) Patente de Sanidad del local respectivo, expedida por la Secretaría de Salud;
- c) Certificado expedido por el Comandante de Bomberos sobre el cumplimiento de las condiciones de seguridad y prevención;
- d) Acta de la inspección ocular practicada por el Inspector Distrital de Policía del sector correspondiente, en la cual conste:

1. Que las actividades que hayan de cumplirse en el establecimiento, no afectarán la tranquilidad pública.
2. El número de la cédula de ciudadanía o de extranjería del propietario o del representante legal del establecimiento.
3. Certificado de Policía del propietario o del representante legal y del administrador.
4. Que el interesado presentó certificado de seguridad del local para el fin a que se le destina, expedido por la Secretaría de Obras Públicas.
5. Que la actividad principal del negocio corresponda a la denominación para la cual se solicita la patente de funcionamiento.
6. Certificado de paz y salvo nacional del dueño del establecimiento.

En cada Inspección de Policía se debe llevar un libro destinado para tal fin.

7.2.4 Para manipulación de alimentos. Según la RESOLUCIÓN 765 DE 2010, para ser manipulador de alimentos se requiere:

- a) Certificado de capacitación en educación sanitaria para el manejo adecuado de alimentos expedido por las Empresas Sociales del Estado o capacitador particular autorizado por el ente rector de salud o quién haga sus veces en el Distrito Capital.

- b) Reconocimiento médico con certificado sobre las condiciones del estado de salud del manipulador de alimentos.

7.3 ORGANIZACIÓN DEL RECURSO HUMANO

Teniendo en cuenta el tamaño de la empresa y las funciones que deben desempeñarse, el recurso humano estará conformado así:

- ☞ Administrador/a y Jefe de cocina
- ☞ Auxiliar de cocina (Cuando sea requerido)
- ☞ Mesero (Cuando sea requerido)

7.3.1 Estructura organizacional una vez alcance el punto de equilibrio

Figura 38 Estructura organizacional



Fuente. Autora del proyecto

7.4 DESCRIPCIÓN DE LOS CARGOS

☞ Administrador

Tabla 54 Descripción del cargo de Administrador

CARGO:	Administrador
AREA:	Administrativa
PERFIL:	Estudio tecnológico o superior en Administración de empresas o carreras afines, experiencia mínima de 6 meses en liderazgo, estrategias de venta, atención al cliente.
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> ☞ Planear, dirigir, coordinar y controlar los procesos administrativos de la empresa. ☞ Llevar el control financiero de la empresa ☞ Motivar a los empleados para que brinden un servicio de calidad. ☞ Mantener un clima laboral agradable. ☞ Estar en constante estudio de las necesidades del mercado

Fuente: Autor del proyecto.

☞ Jefe de cocina

Tabla 55 Descripción del cargo de Jefe de cocina

CARGO:	Jefe de cocina
ÁREA:	Productiva
PERFIL:	Capacitación en manejo de alimentos, experiencia mínima de 6 meses en la elaboración de bebidas, copas de helado, entre otros.
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none">☞ Elaborar y verificar las etapas de proceso de elaboración de los productos.☞ Revisar e informar al administrador sobre los faltantes de materia prima o fallencias en los equipos.☞ Dar uso adecuado a los insumos, maquinaria y equipo que se le ha sido asignado para el desarrollo de sus funciones.

Fuente: Autor del proyecto.

☞ Auxiliar de cocina

Tabla 56 Descripción del cargo de Auxiliar de cocina

CARGO:	Auxiliar de cocina y mesera/o
ÁREA:	Productiva
PERFIL:	Capacitación en manejo de alimentos, no requiere experiencia, persona con aprendizaje rápido, buena atención al cliente y manejo de caja.
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none">☞ Elaborar los productos del establecimiento.☞ Mantener aseado su lugar de trabajo.☞ Organizar los insumos para facilitar la elaboración de los productos.☞ Atender de manera amable y respetuosa a los clientes.☞ Tomar los pedidos y hacer entrega de los mismos.☞ En ocasiones ser responsable de la caja del establecimiento.☞ Tener aseadas las mesas y piso del establecimiento.

Fuente: Autor del proyecto.

7.5 ASIGNACIÓN SALARIAL

La empresa “Rolling Back” tendrá una nómina inicial mientras alcanza el punto de equilibrio, conformada por un administrador, luego según se requiera se contratará un jefe de cocina, un auxiliar de cocina y un mesero, algunos tendrán contrato a término fijo y otros contratos por prestación de servicios.

Tabla 57 Asignación salarial

DESCRIPCIÓN	VALOR
Administrador/a-Jefe de cocina	\$828.200

Fuente: Autora del proyecto

7.6 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA E IMPACTOS

7.6.1 Misión de la empresa

La empresa “Rolling Back 50’s” es una empresa dedicada a producir y vender productos de alta calidad, saludables para el consumo en la línea de heladería a base de café y frutas, enfocados en brindar una experiencia de consumo única y

un excelente servicio al cliente, como a brindar a sus colaboradores un ambiente agradable y de crecimiento personal.

7.6.2 Visión de la empresa

La empresa “Rolling Back 50’s” en el 2023 se consolidará como una empresa reconocida por su excelente servicio, calidad e innovación en la elaboración de sus productos, posicionándose tanto en el mercado local como regional, buscando innovar en nuevos productos y vender los productos y la temática de marca propia a otros negocios, en el 2024 abrirá su primer franquicia en la ciudad de San Gil.

7.6.3 Valores corporativos

- ☞ **Trabajo en equipo:** Tener una buena relación laboral con los compañeros, colaborándose entre sí, para brindar un mejor servicio y tener un buen clima laboral.
- ☞ **Responsabilidad:** Cumplir con las funciones de cada cargo, ejerciéndolas de la mejor manera.
- ☞ **Calidad:** Realizar los productos con excelencia
- ☞ **Respeto:** Los trabajadores brindaran buen trato a los clientes y entre ellos mismos.
- ☞ **Honestidad:** Los trabajadores harán uso adecuado y óptimo de los recursos necesarios para llevar a cabo sus funciones.

7.6.4 Objetivo general de la empresa

El objetivo principal de la empresa Rolling Back 50’s está enfocado en brindar una experiencia diferente a sus clientes, brindando un espacio y un servicio de calidad, con productos diferenciados del mercado por su sabor, presentación y precio.

7.6.5 Objetivos específicos de la empresa

- ☞ Tener un lugar siempre agradable a la vista de los clientes, manteniendo un ambiente cálido y cómodo para ellos.
- ☞ Mantener un buen servicio al cliente, haciendo que cada persona que entre al negocio se vuelva un cliente frecuente.
- ☞ Estar en constante innovación en los productos y su presentación, para lograr la atención de los clientes y atraer más.

7.6.6 Políticas

- ☞ Nuestros productos cumplen con todos los estándares de calidad
- ☞ Manejar precios accesibles para el consumidor
- ☞ Mejorar las expectativas de los clientes

☞ Estamos al servicio de nuestros clientes, comprometidos con la sociedad, el medio ambiente y la seguridad de todos los que formamos la Empresa.

7.6.7 Impactos

Este plan de negocio promueve el crecimiento económico regional a través de la generación de empleo, promueve el desarrollo de las PYMES.

El impacto social que genera este proyecto al alcanzar su punto de equilibrio, es generar 3 empleos directos, con esto se mejora la calidad de vida de los empleados y sus familias.

7.7 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

Se determinó la documentación necesaria para la constitución de la empresa, el registro de la misma.

Se definió que la clase de sociedad por acciones simplificadas es la más acertada para la empresa, ya que no limita el número de socios y se puede establecer un monto máximo o mínimo de capital y se tiene un control equitativo en la organización.

Se diseñó la estructura organizacional que tendrá la empresa al alcanzar el punto de equilibrio.

Se determinó la misión y visión de la empresa, así como el objetivo general y objetivos específicos.

Se creó el manual de funciones del personal, con sus responsabilidades y habilidades requeridas para el cargo.

Se diseñó la estructura organizacional de la empresa, la cual está conformada inicialmente por el administrador, seguido del departamento de alimentos y el departamento de atención al cliente.

Se identificaron los documentos necesarios para la puesta en marcha del negocio, para la constitución de la empresa ante la cámara de comercio, es necesario

CONCLUSIONES

En el desarrollo del plan de negocios, se puede identificar la factibilidad de la creación de este negocio, como una necesidad a resolver en la población del Socorro, desde donde los diferentes estudios realizados arrojan la viabilidad del mismo, atendiendo además a que el negocio de igual forma tendrá una identidad de imagen única que brindará una experiencia de los años 50s en la temática musical de esa época.

En el estudio de mercados, el negocio tiene gran aceptación, atendiendo a que la población encuestada en una proporción de más del 70% les interesa asistir a este tipo de negocio, y de igual forma a consumir los productos ofrecidos, por la competitividad en precio, la experiencia de una temática diferente, la especialidad en la atención al cliente desde su fidelización desde la diferenciación de la temática de presentación que manejará el negocio.

Con respecto al estudio técnico, se identificó que la ubicación establecida es adecuada estando en la zona comercial y de mayor afluencia en el Socorro siendo Calle real, se identificó la distribución del local de una manera óptima, además se identificó que la compra de la materia prima es de fácil acceso y que se pueden tener varios proveedores, y el capital de inversión total es de fácil consecución la no ser tan elevado para iniciar el negocio.

Se concluye por medio de las razones financieras que el proyecto es factible, ya que los índices de rentabilidad y liquidez son positivos frente a la inversión inicial, la cual será recuperada en poco tiempo.

En el estudio Administrativo y legal se concluye que la figura jurídica adecuada para la creación del negocio al iniciar será una SAS, con el cumplimiento de todos los requisitos de comercio, de calidad y manipulación de alimentos necesarios para este tipo de negocio. La empresa generará 2 empleos, para el dueño que será de tiempo completo y 1 auxiliar para los fines de semana, y después del punto de equilibrio otro empleo adicional. En relación al impacto que genera, se concluye que este tipo de negocio promueve el crecimiento económico regional por su generación de empleo y desarrollo de las Mipymes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Calidad y Servicio, Martha Quiñones- Luz Ángela Aldana, 2006, Bogotá, ECOE Ediciones

Ser competitivo, Michael E. Porter, 2009, Ediciones Deusto

Schumpeter, J. A. (1934). The theory of economic development. Cambridge: Harvard University Press.

Prieto Herrera, Jorge Eliécer. Investigación de mercados. Colombia: Ecoe Ediciones, 2013. 186p.

López Toro, Francisco Javier. Costos ABC y presupuestos: herramientas para la productividad. Colombia Ecoe Ediciones, 2016. 448p.

Rodríguez Vera, Ricardo. Costos aplicados hoteles y restaurantes. Bogotá: Ecoe Ediciones, 3ª ed. 201p

Córdoba padilla, Marcial. Finanzas básicas: Enfoque para la pequeña y mediana empresa. Colombia, Editorial Uryco. 128p.

Brealey, Rhicard A. Principios de finanzas corporativas. México; McGraw Hill, 2010. 1002p.

Editorial, Oceano Grupo. (1999). Diccionario de Administración y Finanzas. España: Oceano/Centrum.

Espasa. (1999). Diccionario de Economía y Negocios. España: Brosmac.

Flórez Villamizar, H. M. (s.f.). Perspectivas del emprendimiento: Evolución y su aporte al desarrollo de las provincias Comunera y Guanentá. Socorro: Colombia: Universidad Libre.

Jairo Murcia, F. D. (2009). Proyectos, Formulación y criterios de evaluación. (L. J. Buitrago, Ed.) Bogotá, Colombia: Alfaomega Colombiana S.A.

Lozano, R. M. (2016). Formulación y Evaluación de proyectos- Enfoque para emprendedores. En R. M. Lozano, Formulación y Evaluación de proyectos- Enfoque para emprendedores (9ª Edición ed., pág. 471). Bogotá D.C., Colombia: Quad/Graphics.

Miranda, J. J. (2012). Gestión de proyectos (7ª Edición ed.). Bogotá , Colombia: MM Editores.

INFOGRAFÍA

MIMOS, Página web de heladería mimos. [Citado 17- Enero-2019] Disponible en internet: www.heladosmimos.com

CREPES & WAFLES, Página web de heladería crepes & waffles. [Citado 17- Enero-2019] Disponible en internet: www.crepesywaffles.com.co

HELADOS POPSY, Página web de heladería popsy. [Citado 17- Enero-2019] Disponible en internet: www.heladospopsy.com

DANE, Página web del Dane, información para todos. [Citado 28 - Enero-2019] Disponible en internet: www.dane.gov.co

CÁMARA DE COMERCIO, Página web de la cámara de comercio. [Citado 28 - Enero-2019] Disponible en internet: <http://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Registros-Publicos/Que-son-las-Sociedades-por-Acciones-Simplificadas>

CÁMARA DE COMERCIO, Pasos para crear empresa. [Citado 28 - Enero-2019] Disponible en internet: <https://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa>

NORMAS APA, Qué son las hipótesis de investigación. [Citado 8 - Febrero-2019] Disponible en internet: <http://normasapa.net/que-son-las-hipotesis-de-investigacion/>

EMPRENDEPYME, ¿Qué es el punto de equilibrio? [Citado 8 - Febrero-2019] Disponible en internet: <https://www.emprendepyme.net/que-es-el-punto-de-equilibrio.html>

DANE, Demografía y población. [Citado 12 - Febrero-2019] Disponible en internet: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion>

LAS 5 FUERZAS DE PORTER, Clave para el éxito de la empresa. [Citado 12- Febrero-2020] Disponible en internet: <https://www.5fuerzasdeporter.com/>

REVISTA DINERO, El negocio de la comida se reinventa en Colombia. [Citado 13-Marzo-2020] Disponible en internet: <https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/como-van-los-restaurantes-en-colombia-2018/255322>

ANEXOS

1. Encuesta

La presente encuesta tiene como fin identificar los puntos de vista con respecto a la creación de un nuevo y novedoso negocio relacionado con productos a base de café, helado y frutas.

OBJETIVO: Realizar el estudio de mercados que permita saber si la creación de la empresa es viable en la ciudad de Socorro.

Cordial saludo, la siguiente encuesta es de vital importancia para nosotros, por lo tanto le agradecemos de antemano su colaboración para responderla.

EDAD: _____ SEXO: _____

1. ¿Con que frecuencia consume Helado?

(De 1 a 5 Responda: 1-Minima frecuencia 5-Alta frecuencia)

1	2	3	4	5

2. ¿Con frecuencia consume productos a base de café (Frappés, cappuccino, mocaccino, etc.)?

(De 1 a 5 Responda: 1-Minima frecuencia 5-Alta frecuencia)

1	2	3	4	5

3. ¿Con que frecuencia y cuánto estaría dispuesto a pagar por estos productos?

3.1 Copas de helado con frutas, galletas, brownie, entre otros.

- a) Entre \$3.000 y \$4.500
- b) Entre \$4.600 y \$6.000
- c) De \$6.000 en adelante

(De 1 a 5 Responda: 1-Minima frecuencia 5-Alta frecuencia)

1	2	3	4	5

3.2 Granizados, frappés, smoothies, batidos, té helado.

- a) Entre \$3.000 y \$4.500
- b) Entre \$4.600 y \$6.000
- c) De \$6.000 en adelante

(De 1 a 5 Responda: 1-Minima frecuencia 5-Alta frecuencia)

1	2	3	4	5

3.3 Cappuccino, café moka, café late, macchiato.

- a) Entre \$3.000 y \$4.500
- b) Entre \$4.600 y \$6.000
- c) De \$6.000 en adelante

(De 1 a 5 Responda: 1-Minima frecuencia 5-Alta frecuencia)

1	2	3	4	5

3.4 Mix de frutas

- a) Entre \$3.000 y \$4.500
- b) Entre \$4.600 y \$6.000
- c) De \$6.000 en adelante

(De 1 a 5 Responda: 1-Minima frecuencia 5-Alta frecuencia)

1	2	3	4	5

3.5 Sándwich, flautas, porción de torta

- a) Entre \$3.000 y \$4.500
- b) Entre \$4.600 y \$6.000
- c) De \$6.000 en adelante

(De 1 a 5 Responda: 1-Minima frecuencia 5-Alta frecuencia)

1	2	3	4	5

3.6 Postres, postres con helado

- a) Entre \$3.000 y \$4.500
- b) Entre \$4.600 y \$6.000
- c) De \$6.000 en adelante

(De 1 a 5 Responda: 1-Minima frecuencia 5-Alta frecuencia)

1	2	3	4	5

4. ¿Escoja entre los siguientes cuál es la combinación de sabores que más le gustan?

- a) Brownie - Vainilla
- b) Vainilla - Chocolate
- c) Chocolate - Arequipe
- d) Arequipe - Fresa
- e) Fresa - Vainilla
- f) Maracuyá - Limón
- g) Ron pasas - Nata maní
- h) Nata maní - Arequipe
- i) Limón - Mandarina
- j) Mandarina - Maracuyá

5. ¿Qué producto le gustaría que se vendiera en este negocio?

- a) Bebidas con licores (Cocteles, Frappes, Café, etc.)
 - b) Comidas rápidas
 - c) Desayuno(waffles, creps, pancakes o similares)
 - d) Almuerzo (ensaladas de vegetales y frutas)
 - e) Otro
- ¿Cual? _____ -

6. ¿Qué aspectos de calidad considera importantes a la hora de consumir estos productos?

- a. Apariencia
- b. Sabor
- c. Higiene
- d. Todas las anteriores

7. ¿Qué tanto le gustaría que se ofrecieran productos con STEVIA?

(De 1 a 5 Responda: 1-Le gustaría poco 5-Le gustaría mucho)

1	2	3	4	5

8. ¿Está de acuerdo con que el negocio cuente con una red Wifi gratis?

(De 1 a 5 Responda: 1-En desacuerdo 5-De acuerdo)

1	2	3	4	5

9. ¿Qué tanto le gustaría que el negocio tenga una temática de los años 50's?

(De 1 a 5 Responda: 1-Le gustaría poco 5-Le gustaría mucho)

1	2	3	4	5

10. ¿Qué tanto le gustaría que el negocio tenga cuente con una zona de atracciones para l@s niñ@s?

(De 1 a 5 Responda: 1-Le gustaría poco 5-Le gustaría mucho)

1	2	3	4	5

11. ¿Qué probabilidad hay en que asista a este negocio?

(De 1 a 5 Responda: 1-Baja probabilidad 5-Alta probabilidad)

1	2	3	4	5

12. ¿En qué horario asistiría al negocio?

- a) En horas de la mañana (De 8 a 12 am)
- b) En horas de la tarde (De 1 a 6 pm)
- c) En horas de la noche (De 7 a 10 pm)
- d) a y b
- e) b y c
- f) a y c

13. ¿Qué días asistiría al negocio? (Pregunta de opción múltiple)

- a) Lunes
- b) Martes
- c) Miércoles
- d) Jueves
- e) Viernes
- f) Sábado
- g) Domingo

SUGERENCIAS: _____

GRACIAS POR SU TIEMPO Y COLABORACION

2. Proceso de elaboración

PROCESO DE ELABORACIÓN	
PRODUCTO	PROCESO
MALTEADA	Se agregan los ingredientes a la licuadora (Helado, leche, crema batida), se decora el vaso con salsa y se agrega la preparación, se procede a decorar con crema y chips.
FRAPPE	Se agregan los ingredientes a la licuadora (Café instantáneo, leche, azúcar, hielo), se decora el vaso con salsa de chocolate, se agrega la preparación y se decora con crema chantilly, salsa de chocolate, barquillo y chips.
COPA DE HELADO	Se agrega la salsa en la copa, se agregan las frutas, galletas, masmelo, entre otros, se agrega el helado de la elección del cliente y se decora con chantilly y salsa.
MIX DE FRUTAS	Se pican las frutas, preferiblemente en cuadros, se agrega en la copa o bowl, se decora con crema chantilly y lechera.
CAPUCCINO	Preparamos el expreso, y agregamos la leche caliente que no llegue a los 65°, decorar con salsa de chocolate y canela.
MOCACCINO	Preparamos el expreso, añadimos azúcar, en otra taza se mezcla cocoa en polvo con azúcar, esto se agrega a un recipiente con leche y se coloca al fuego hasta que esté muy caliente, pero sin dejar hervir, la batimos y agregamos al expreso, se decora con cocoa en polvo y un poco de canela.
POSTRE	<p>Agregamos la misma cantidad de las tres leches a la licuadora (Leche, crema de leche, lechera), se agrega la gelatina sin sabor ya preparada, y se agrega el sabor de preferencia (Limón, maracuyá, etc.)</p> <p>Esta mezcla se agrega en la refractaria y se deja en la nevera por dos horas, se decora con galleta y chantilly.</p>
SANDWICH	Elegimos dos tapas de pan tajado y las untamos con mantequilla, colocamos las tajadas de queso y jamón dentro de estas y procedemos a colocarlo en la sandwchera, se deja por un minuto y se sirve en un plato decorado.

3. Esquema de Ordenamiento Territorial

ARTICULO 52. CORREDORES O CIRCUITOS TURÍSTICOS

Conforman el sistema de recorridos históricos, culturales, Arquitectónicos, artísticos, religiosos y naturales del Municipio del Socorro, entre los cuales se consideran los siguientes (para mayor detalle ver Componentes General, Urbano y Rural).

1. **Corredor Histórico:** El cual parte desde la Plazuela San Victorino hasta llegar al Parque 10 de Julio (Calle 13).
2. **Corredor Primera Calle Real:** Recorrido que tiene como eje la Calle 14 (Primera Calle Real), se inicia desde la Plaza Mayor de la Independencia y termina en el Convento de los Menores Capuchinos de San Juan Bautista.
3. **Corredor Parque Antonia Santos:** Se inicia en el Parque de la Independencia tomando la Carrera 14 o Calle del comercio hasta encontrar el Parque Antonia Santos.
4. **Circuito Republicano:** Inicia desde la Plaza Mayor de la Independencia costado norte, tomando la carrera 15 hasta la carrera 17 hasta el Edificio Albornoz Rueda, girando hacia el occidente hasta encontrar el Liceo Santa Teresita para finalizar en la casa del Primer Hospital.
5. **Circuito La Y – Cerro el Oratorio – Vuelta de Caballos:** Inicia en el Sitio denominado la Y, encontrando a su paso el Cerro el Oratorio, pozo Azul, Embalse Aguilitas y se termina el recorrido en Vuelta de Caballos.
6. **Corredor Espeleológico – Puente Comuneros:** Este recorrido inicia en el cruce de las veredas Caraota y San Lorenzo encontrando a su paso la Cueva Roja, fincas con vocación agroturística, hasta encontrar Puente Comuneros en donde se termina el recorrido.
7. **Corredor Agroturístico – Las Juntas:** Inicia en el cruce entre las veredas Caraota y San Lorenzo por camino que va en sentido norte encontrando fincas con actividades agroturísticas, los Caminos de Lenguerke, el sitio denominado Baraya y finalmente Las Juntas.

CAPITULO 3. REGLAMENTACIÓN GENERAL Y NORMAS GENERALES

ARTICULO 55. En todas las edificaciones patrimoniales se permitirá únicamente la instalación de avisos de identificación de locales, en razón de uno por cada local. Cuando éste se encuentre en esquina, se permitirá un aviso de identificación para cada costado que posea acceso. Estos avisos deberán guardar coherencia estética con el edificio y sus características y no podrán superar el 5% del área de la fachada.

ARTICULO 56. Se prohíben los avisos promocionales o de publicidad de cualquier tipo en todas las edificaciones declaradas Patrimonio y el "Centro Histórico". Se prohíben, los avisos pintados directamente sobre la fachada de las edificaciones o alguno de sus elementos componentes, incluyendo los de cierre. Quedan prohibidos además los avisos de neón.

ARTICULO 57. Se deberá presentar un diseño de aviso publicitario ante la Secretaría de Planeación y Desarrollo o quien haga sus veces, para su respectiva aprobación.

ARTICULO 58. Toda publicidad sobre edificaciones o elementos de soporte en el área urbana deberá contar con la aprobación previa de la Secretaría de Planeación y Desarrollo o quien haga sus veces.

ARTICULO 59. Se restringen los avisos de identificación del uso total de la edificación en cuanto a materiales y localización en la fachada.

ARTICULO 60. La Secretaría de Planeación y Desarrollo o quien haga sus veces y un representante del Instituto de Cultura, Turismo y Recreación o quien haga sus veces, deberán elaborar en un término no mayor a seis (6) meses la reglamentación necesaria para avisos y/o publicidad dentro del "Centro Histórico" y el restante del área urbana, esta reglamentación deberá estar sujeta a revisión y Visto Bueno de Monumentos Nacionales o quien haga sus veces.

ARTICULO 61. Se prohíbe la utilización de parasoles en toda el área del "Centro Histórico" y las Edificaciones declaradas Patrimonio del Municipio. También se prohíbe la construcción de marquesinas a las edificaciones que originalmente no las posean como componente de su fachada.

ARTICULO 62. Para las edificaciones declaradas Patrimonio y el "Centro Histórico", el cambio de elementos de cierre de sus vanos y sus especificaciones, material y tipología, se consideran de carácter restringido.

ARTICULO 63. Todo nuevo proyecto de construcción o intervención dentro del "Centro Histórico", deberá tener como premisas de diseño la armonía y la correspondencia con los elementos volumétricos y de fachada de los inmuebles declarados Patrimonio y las normas dictadas por el Comité Municipal de Patrimonio tales como altura, ritmos, tipología, proporciones de vanos, remates, materiales, cubiertas, entre otros.